

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné výchovy

Diplomová práce:

VĚCI, KTERÉ (NE) POTŘEBUJEME

Kateřina Halamová

K Vystrkovu 1881, Praha 4, 14300

5.ročník

Učitelství pro ZŠ a SŠ (ČJ-VV)

Magisterské prezenční studium

Vedoucí diplomové práce: Mgr.A. Michal Sedlák

Konzultant: Doc. PhDr. Marie Fulková, Ph.D

Listopad 2010

CHARLES UNIVERSITY IN PRAGUE

Fakulty of Education

Department of Fine Art Education

Thesis:

THINGS WE [DO NOT] NEED

Kateřina Halamová

K Vystrkovu 1881, Praha 4, 14300

5th year

Masters degree study program

Czech language and literature education and fine art education

for secondary schools and high schools

Supervisor: Mgr.A. Michal Sedlák

Consultant: Doc. PhDr. Marie Fulkov, Ph.D

November 2010

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně jen za použití uvedených pramenů a literatury.

V Praze dne 13.11.2010

.....
vlastnoruční podpis

Poděkování:

Děkuji Mgr.A. M. Sedlákově za jeho trpělivost, prostor k dialogu a mnoho nových poznatků z oblasti výtvarné kultury v průběhu vedení mé práce. Dále děkuji Doc. PhDr. M. Fulkové, Ph.D za její čas a zájem seznámit se s mojí prací. Také děkuji PhDr. L. Hajduškové za její poznatky k mé didaktické části.

Dále bych ráda poděkovala všem účastníkům mého projektu, bez kterých by nemohl vzniknout, jmenovitě: Veronice Hradičce Holé, Milanu Hradičkovi, Kateřině Vávrové, Danielu Rodanovi, Kristýně a Filipovi Říhovým. Největší dík ale patří mému příteli Jakubovi Vávrovi, který mi pomohl nejen při technologickém zpracování mé práce, ale byl mi po celou dobu velkou oporou.

A nakonec bych ráda poděkovala Vladimíře Zimmermannové, která mi pomohla práci dotáhnout do posledního detailu.

ANOTACE/ANNOTATION

Základní údaje/Basic data:

Autor/Author: Kateřina Halamová

Název/Name: Věci, které (ne) potřebujeme, Things we [do not] need
[Diplomová práce/Thesis]

Univerzita Karlova v Praze/Charles University in Prague

Pedagogická fakulta/Faculty of Education

Katedra výtvarné výchovy/Department of Fine Art Education

Počet stran/Number of pages: 108

Listopad 2010/November 2010

Popis obsahu:

Diplomová práce se skládá ze tří částí: teoretické, výtvarné a didaktické. Všechny tři části jsou zaměřeny na vztah člověka a věci v současné společnosti. Tento vztah se konkrétněji týká (ne) potřebnosti věcí v oblasti domova a reflektuji jej zejména z hlediska sociologického a psychologického. Ve všech třech částech ale k tématu přistupuji i v osobní rovině.

Content description:

Master thesis contains 3 parts: theoretical, art and didactic one. All 3 parts are focused on the relationship of man and thing in contemporary society. This relationship particularly concerns to inutility or usefulness of things at home and I reflect it on the sociological and psychological perspective. Moreover, I approach the topic from personal aspect, too.

Klíčová slova:

Věc, předmět, člověk, vztah, (ne)potřebnost, domov, vnímání, konzum, design.

Key words:

Thing, object, man, relationship, inutility/usefulness, home, perception, consumption, design.

OBSAH

Úvod /7

TEORETICKÁ ČÁST /8

1. Věci, které (ne)potřebujeme /9

1.1 Vztah člověka a věci /10

2. Věci a domov /16

2.1 Věci doma /16

2.2 Věci doma a identita /21

2.3 Domov věcí /26

3. Věci a vnímání /28

3.1 Stereotypy ve vnímání věci /28

3.2 Vnímání uměleckého díla jako věci /33

3.3 Vnímání věci jako vnímání reklamy /36

4. Věci a konzumní společnost /38

4.1 Reklama a módní trendy působící na vlastnění věcí /38

4.1.1 Kýč /41

4.1.2 Postmodernismus a kýč /42

4.2 Sběrka konzumních fetišů v příbytku současného uživatele? /45

4.2.1 Suvenýr, dárek, kýč /50

4.2.2 Sběratelství /53

5. Věci a design /55

5.1 Demokratizace současného designu /55

5.2 Design versus výtvarné umění /56

5.3 Trendy v současném designu /60

5.3.1 Interiér na míru aneb jak se staví sen /63

5.4 Interaktivita nebo interpasivita mezi designem a jeho uživatelem? /68

5.4.1 Domácí umění /72

VÝTVARNÁ ČÁST /74

1. Východiska výtvarné části /75

1.1 Realizace výtvarné části /77

1.2 Instalace výtvarné části /80

1.2.1 Veronika a Milan /82

1.2.2 Kateřina a Daniel /84

1.2.3 Kristýna a Filip /86

1.3 Závěrečná reflexe výtvarné části /88

DIDAKTICKÁ ČÁST /89

1. Úvod k didaktické části /90

1.1 Blok I. Koláž z věcí, které (ne)potřebujeme /92

1.1.1 Popis a reflexe hodiny /92

1.2 Blok II. Imaginativní krajina věcí /95

1.2.1 Popis a reflexe hodiny /95

1.3 Blok III. Hravé asambláže /98

1.3.1 Popis a reflexe hodiny /98

1.4 Blok IV.: Design z odpadků /101

1.4.1 Popis a reflexe hodiny /101

2. Závěr didaktické části /104

Závěr /105

Úvod

Na začátku mé práce stálo jedno velké JAK. Jak toto široké téma uchopit? „**Věci**“...věci jsou dnes všude kolem nás, věc můžeme chápat nejen v hmotné, ale i abstraktní podobě, například: „*Ty tady máš ale věci.*“ nebo „*Musím vyřídit ještě jednu důležitou věc.*“ nebo „*Na některých věcech mi prostě víc záleží.*“ Východiskem pro mou práci se stala ale docela jiná fráze, kterou jsem zaslechla na výstavě Po sametu: „*Tak tuhle věc bych si domů teda nepověsil.*“ Uvědomila jsem si, že tato fráze nevypovídá pouze o stereotypně chápaném přístupu k umění a všem estetickým objektům, ale zejména vymezuje prostor, domov, který je pro nás něčím zvláštní. Nevadí nám, že obraz visí v galerii, ale domů bychom si ho tedy nepověsili (a to nejen v případě jeho nepochopení, ale například tématu, velikosti, zpracování, atd.). Pro nás domov, soukromý a intimní prostor každodenní existence, máme tedy velmi přísná kritéria. Vztažením k domovu hodnotíme dokonce i umění, do našeho domova bychom si jen tak něco nepověsili, nepostavili, nedali. Je to přece naše věc, co budeme mít doma, ať je to jak chce velké umění, domů si dáme stejně jen to, co se nám „líbí“. To mě přivedlo na okruh věcí, které jsem se rozhodla prozkoumat prostřednictvím své práce. Co si tedy umísťujeme do našich domovů? A co naši volbu těchto věcí ovlivňuje? Slovesná část mého tématu , „**„které (ne) potřebujeme“**“, vymezuje další okruh zkoumání. Proč tyto věci doma potřebujeme? A co tuto potřebu ovlivňuje?

Jako malá jsem večer celé hodiny vydržela stát u okna a dívat se ven, většinou do oken jiných bytů, představovat si, kdo tam žije, co dělá, jak to u něho doma vypadá, jaké tam má věci. Často jsem část interiéru zahlédla, viděla jim do kuchyně nebo obývacího pokoje a mohla si vymýšlet příběhy, příběhy lidí, kteří v tom bytě bydlí. Neskutečně mě lákala představa toho, že tam třeba bydlím s nimi já a jaké to asi je. Byl to zvláštní pocit...jedna velká neznámá, že se to asi nikdy nedozvím, nikdy to nezažiju. Dnes už jsem relativně velká, ale moje „voyerství“ mě neopustilo, stále mě zaplavuje zvláštní pocit, když si představím tu spoustu neznámých domovů. Jak vypadají ty domovy? Jako ten můj? Podobně? Nebo úplně jinak? Možná to byl hlavní důvod, proč jsem se toto téma rozhodla zpracovat skrze svou diplomovou práci.

TEORETICKÁ ČÁST

1. VĚCI, KTERÉ (NE)POTŘEBUJEME

Většina dnešní populace, zvláště ve vyspělé evropské společnosti, je neustále a ze všech stran obklopena různými předměty, které sama v průběhu let vytvořila (vynalezla). Na těchto předmětech, které by se daly rozdělit do různých kategorií dle svého využití, charakteru, materiálu nebo funkce, jsme vlastně každodenně závislí. Neuměli bychom žít bez jejich užívání, často si už jejich potřebnost ani neuvědomujeme, případně si ji uvědomíme ve chvíli, kdy je nám jejich užití z nějakého důvodu odepřeno. (Např.: rozbije se nám mobilní telefon, vypadne elektrický proud, atd.) Většina těchto předmětů naší postmoderní civilizace je lidmi bezmyšlenkovitě využívána. Tyto předměty si nejen sami nevytváříme, kupujeme je hotové a připravené k použití, ale často ani nevíme, jakým způsobem přesně fungují. Nevíme, a ani o tom nepřemýšlíme. Stáváme se jejich pasivními uživateli (zejména v případě technických předmětů). Když se nám takový přístroj porouchá, máme specializované servisy, ve kterých nám přístroj opraví, případně si koupíme novou, opět funkční věc. (Samozřejmě zde existuje skupina lidí, která si závislost na těchto předmětech uvědomuje a snaží se vůči této skutečnosti nějak vymezit, o tom dále v kapitole Vztah člověka a věci.)

To jsou věci, které k životu potřebujeme, pak ale existují věci, předměty, které mají jinou než prvotně užitnou funkci, případně nemají žádnou užitnou funkci. Mohli bychom je tedy charakterizovat přívlastkem neužitečné (nepočítám předměty, které užitnou funkci měly a ztratily, tj.: odpadky, pozůstatky). Tyto předměty se dost často vážou spíše na soukromý prostor naší existence, na konkrétního jednotlivce. Vyskytují se tedy spíše v rámci našich domovů, jsou jejich součástí. Používám zde termín vnitřní prostor, což chápu jako synonymum prostoru soukromého nebo intimního, většinou se shoduje s naším obydlím, tedy domovem. Chtěla bych se zaměřit na to, co máme doma „neužitečného“ a jakou jinou než užitnou funkci to v našem domově může plnit. Proč je tato věc (tyto věci) součástí našeho osobního prostoru (domova, pokoje), jaký to má důvod, že se obklopujeme určitými věcmi, které v podstatě k ničemu nepotřebujeme. V následujících kapitolách se věnuji oblastem, které se snaží objasňovat výskyt specifických věcí, zbytečností, v rámci našeho domova. Kapitoly Věci a domov, Věci a vnímání, Věci a konzumní společnost a Věci a design vymezují různé typy vztahů, mohou se navzájem prostupovat, protože mezi jednotlivými oblastmi samozřejmě existují souvislosti.

1.1 Vztah člověka a věci

Co je to vlastně vztah člověka a věci? Čím je tento vztah určen? Chováme ke všem věcem stejný vztah, nebo se náš vztah bude nějak různit?

Vztah k věcem se vymezuje a to nejen podle charakteru věcí, ale i podle kultury, ve které žijeme a podle našeho přístupu k věcem kolem nás. Náš vztah k věcem se mění v závislosti na faktorech, které jsou velmi různorodé a jejich spektrum je široké, tyto faktory se dotýkají kulturní, sociální i psychologické roviny naší lidské existence. Jednou z velmi důležitých tendencí dnešního člověka je vzrůstající nezájem o své okolí, zahledění do sebe a svých osobních problémů, apatie k jakýmkoliv společenským problémům. Nejedni jsme zažili pocit samoty i přesto, že se nacházíme uprostřed společnosti. Tyto pocity můžeme zažívat zejména v nějakém větším městě, na přelidněných ulicích, v dopravním prostředku. Často se setkáme s totální ignorací ostatních, zejména když se vyskytne nějaký problém, dejme tomu omdlíme v metru, nebo tam jsme před zraky všech okrádání. Jsme takové chodící bubliny, které se ale dají velmi těžko prasknout. Abych objasnila, co tím myslím, vzala jsem si na pomoc práci současného francouzského sociologa a filozofa Gillesa Lipovetskeho. Ve svém díle *Éra prázdnoty* rozvíjí myšlenku současného individualismu. Lipovetsky říká, že dřívější společné principy a hodnoty už přestaly fungovat, dnešní hlavní usilování člověka je o blaho jeho samotného, k nějakým společenským problémům, jako mohou být ekologické, politické a jiné problémy, je člověk-individualista zcela lhostejný. „*Lidé si bez problémů zvykají na „to nejhorší“, co nám předkládají média, přivykají krizi, která zřejmě nijak nemění jejich touhu po blahobytu a po zábavě.*“¹ Stejně tak přestávají fungovat jasné protiklady, které byly nastolené dřívějšími společenskými principy: „*V éře podívané se jasné protiklady jako pravdivost a falešnost, krása a ošklivost, skutečnost a iluze, smysl a nesmysl stírají, jejich rozpor pozbývá jasných hranic.*“² Dalším typickým znakem současného individualismu nebo narcismu, jak ho také Lipovetsky nazývá, je pachtění za sebeuvědoměním, seberealizací, poznáním sebe sama. Prostě centrum pozornosti se dostalo od nějakých společenských hodnot k hodnotám veskrze individuálním, vlastní JÁ je povýšeno na „pupek světa“, jak říká Lipovetsky dále. Stírání protikladů, lhostejnost k okolí, to vše se odráží i na vztahu

¹ Lipovetsky, Gilles: *Éra prázdnoty*. Prostor, Praha 2008, str. 83.

² Lipovetsky, Gilles: *Éra prázdnoty*. Prostor, Praha 2008, str. 56.

člověka a věci. Tento individualismus totiž dále ovlivňuje naše vnímání věcí, tomuto individualismu se velmi dobře přispůsobuje současný konzumní systém naší společnosti a strategie reklamy.

Současný moderní člověk se stará více o to něco „mít“ než „být“, jak se zmiňuje Erich Fromm ve své práci Mít, nebo být. Znamená to, že průmyslová společnost nutí lidi, aby konzumovali více, nakupovali stále nové věci. Jednou koupený předmět lidí totiž přestává po chvíli uspokojovat a nutí je nakupovat stále nové a nové zboží. S nárůstem poptávky současné společnosti narůstá i produkce zboží, která tuto poptávku musí vyrovnávat a vzniká tím neustálý koloběh konzumu. Tuto myšlenku dále rozvádí Jan Keller ve své socioekologické studii Až na dno blahobytu. Tvrdí, že se současná společnost ani nemá šanci se chovat jinak, žijeme v přetechnizované společnosti, jsme odtrženy od spojení s přírodou, které bylo běžné v minulosti, a začínáme se odosobňovat i vzhledem k ostatním lidem, jak bylo řečeno výše. Na druhou stranu jsme paradoxně velmi dobře nahraditelní v nadnárodních principech systému, proto máme potřebu si tento fakt nějakým způsobem kompenzovat. Nejjednodušší je kompenzace skrze „osobní soukromý konzum“, jak ho Jan Keller nazývá, ten totiž naše osobní potřeby respektuje. Prostřednictvím tohoto nakupování a vlastnění stále nových věcí se uspokojuje naše potřeba mít alespoň něco pod kontrolou, když jinak jsme vlastně pod stálou kontrolou systému my sami. Právě kvůli tomu Jan Keller nesouhlasí s Erichem Frommem v tom, že by se člověk mohl jednoduše z tohoto kolotoče konzumu vymanit jen tím, že si tento vliv začne uvědomovat: *„Nechtěl nic jiného než vymanit se alespoň částečně zpod všudy přítomné kontroly ekonomických a politických mechanismů a nenalézají přitom jiný prostor než ten, který jim umožňuje jejich miniaturní svět konzumu se svými tak lidskými rozměry.“*³

Dnešní společnost bychom vzhledem k přístupu ke konzumnímu životu mohli rozdělit do tří skupin. Určitě zde existuje skupina lidí, která nad svým životem moc nepřemýšlí, nemyslí na faktory, které ji utváří a ona se jimi nechá utvářet. Jsou to lidé, kteří se rádi obklopují reklamou propagovanými „nezbytnými“ komoditami dnešní společnosti a nad tím, že mohou být pod vlivem nějakých vyšších sil (nadnárodních společností, zákonitostí trhu, vizuálních stereotypů, atd.) si hlavu nelámou. Když bude v modě nábytek z Ikea, tak půjdou a koupí si tento nábytek, když uvidí, že soused

³ Keller, Jan: Až na dno blahobytu. Hnutí DUHA, Brno 1993, str. 35.

vlastní plochou televizi, tak půjdou a koupí si tuto televizi, když přijde doba mobilních telefonů s fotoaparátem, tak půjdou a koupí si ho, ale také když začnou všichni recyklovat, oni se přidají a začnou recyklovat. U nich v bytě se budou vyskytovat různé typy dekorálních předmětů, které jsou většinou v souladu s nějakým masovým vkusem, často budou obklopeni kýčem, ale třeba také ovlivněny designem, který přišel do módy. Tuto skupinu, která je nejvíc ovlivněna principy konzumu, nazývá Jan Keller „Nadměrnými konzumenty“. Protikladem k tomuto přístupu bude mnohem menší skupina lidí, která se těmto vlivům konzumní společnosti postaví na odpor. Budou se snažit být co nejméně závislí na současné společnosti a jejich zákonitostech, odstěhují se na venkov, kde nebudou vlastnit téměř žádné technické vymoženosti. Budou bydlet v domě bez vody a elektřiny, budou pěstovat vlastní zemědělské plodiny, chovat zvířata, nebudou mít televizi, ani telefon nebo automatickou pračku. V jejich domě moc zbytečností nenajdeme, jakékoliv fotografie, plakáty nebo doplňky z Ikea jsou vyloučeny, maximálně tam najdeme nějaké ruční práce, nebo věci, které mají historii a nejsou nové. Může to být porcelán po babičce, vyšívané dečky, obrázky od dětí, nábytek z půdy, atd. Tuto skupinu Jan Keller neregistruje, není totiž pro celkový sociologický přehled početně významná, místo ní zmiňuje obyvatele třetího světa, kteří také téměř nekonzumují, ale z důvodu, že nemají co konzumovat. Pak zde ještě existuje střed mezi těmito extrémy, skupina lidí, která si vlivy konzumní společnosti uvědomuje, ale nehodlá se kvůli tomu odstěhovat na venkov a odříznout se od současné civilizace. Pouze se nějakým způsobem vymezuje proti konzumnímu životu. Ale co to znamená, vymezovat se proti konzumnímu životu? V souvislosti s předchozím citátem od Jana Kellera vidíme, že to není každopádně nic lehkého. Často totiž můžeme mít pocit, že se vymezujeme proti konzumu, že jsme lepší než ostatní, ale může to být pouze naše mylná představa a skryté působení konzumu na sobě ani nesledujeme nebo mu nejsme schopni čelit, i kdybychom sebe více chtěli. Způsoby „vymezení se“ proti konzumu se pak stávají spíše takovými společenskými klišé. Pro někoho to znamená nevlastnit televizi, pro jiného dodržování nějakých ekologických zásad, pro dalšího nakupování pouze biopotravin. To však neznamená, že tato vymezení nejsou pro společnost užitečná, snižují její celkovou spotřebu. Jen by bylo naivní se domnívat, jak moc „nekonzumním“ životem při dodržování těchto klišé žijeme.

Co se týče přístupu k nějaké koncepci a dekoraci svých domovů, mohli bychom zde rozlišit lidi, kteří se tím zabývají, přijde jim to důležité. Tito lidé se snaží vytvořit nějaké zajímavé a neobyvyklé prostředí ve svém domově, které se neřídí většinovým vkusem a bude výrazem jejich osobnosti. Pak bychom zde mohli vyčlenit lidi, kteří nad nějakou koncepcí svého domova moc nepřemýšlejí, jsou pro ně důležité úplně jiné věci. Většinou se obklopují věcmi tak nějak spontánně a automaticky, nechávají prostor náhodě. V rámci všech druhů přístupu k současnému způsobu života bude ale vzhled každého domova něčím jedinečný, bude záviset na našem charakteru. O tom se zmiňuji dále v kapitole Věci doma a identita.

Obecně náš vztah k věcem může utvářet také to, jakými věcmi jsme byli obklopeni v minulosti, například v dětství. Velmi trefně se k problému vztahu současné společnosti k věcem a také k utváření tohoto vztahu během našeho dětství vyjadřuje Roland Barthes ve své Mythologii. V rámci své krátké statě o dnešní mythologii dětských hraček, se zabývá vlivem některých druhů hraček na děti, budoucí obyvatele naší planety. Většina dětských hraček dnešní společnosti je totiž pouze kopiemi věcí ze světa dospělých. Dítěti zakupujeme různé čůrací panny, barbíny s celou garderóbou, umělohmotné traktory, auta různých typů, atd. Nejenže je dítě přesyceno množstvím hraček, které ho obklopují a tím si může přestat věcí vážit, ztrácí také díky těmto hotovým (kopiím) předmětům smysl pro fantazii a vlastní tvůrčí invenci. *„Jenomže tváří v tvář tomuto univerzu věrně napodobených, komplikovaných předmětů se z dítěte může stát pouze vlastník a uživatel, ale ne tvůrce: nevynalézá svět, používá ho. Připravují se pro něj gesta bez dobrodružství, bez údivu a bez radosti. Je z něj učiněn malý pohodlný majitel, který dokonce ani nemusí vynalézat podněty dospělácké kauzality, jsou mu poskytnuty v hotové podobě: stačí je pouze používat, nikdy se mu nepředkládá nic, k čemu by se musel sám dopracovat.“*⁴ Důsledek tohoto hotového světa se odráží na vlastnostech dnešních obyvatel jako je nedostatek vlastního kreativního přístupu k věcem i životu, nedostatek trpělivosti a soustředění, povrchnost nejen ve vnímání věcí, ale také v jejich vlastnictví. Jan Keller dokonce konzumní počínání dospělých nazývá infantilizací, přirovnává ho k dětské potřebě něco nevyhnutelně vlastnit. Tato infantilizace nebo trvalé udržování konzumentů v nedospělém stavu je ovlivňována současnou moderní společností a jejím trhem, aby rostla spotřeba nabízeného zboží. *„Ideálem reklamy nejsou svalnatí*

⁴Barthes, R.: Mythologie. Dokořán, Praha 2004, str 51.

*muži a lepší děvy, je jím docela nenápadný človíček, který večer co večer počítá, kolikrát se ještě vyspí, než dostane své první horské kolo, svou první motorku, nebo své docela první ojeté auto. Někteří vydrží dětské umazávání čářeček až po jejich docela první milionářský bazének.“*⁵ Opět se tedy navracíme k velkému vlivu současné kultury na vztah člověka a věcí okolo něj. Právě toto působení současné kultury doslova ze všech stran je důvodem, proč se ve své práci věnuji stereotypům ve vnímání věcí, fungováním všudypřítomné reklamy, masovým vkusem nebo kýčem. Konzumní systém totiž ovlivňuje skrze své produkty, věci, artefakty naše chápání světa a tedy i nás samotné jako osobnosti (nejen společnost jako celek).

Problematikou života současného obyvatele v konzumní společnosti se zabývá velmi často současné umění, ráda bych zmínila zejména výstavu Hrubý domácí produkt, která byla celá zaměřena na tuto oblast a jejím kurátorem byl Kryštof Kintera, současný český výtvarník. *„V rámci konzumních struktur společnosti jsme dnes všichni zajatci různých reklamních triků a podprahových impulzů, takže se v přetlaku všech informací (a to především vizuálních) přestáváme orientovat. Strategii, jak přežít, či jak zvítězit si za nás i za ně (předpokládejme, že existují nějaké protistrany) osvojili umělci. Pragmatická společnost může být inspirující, hlásá kurátor výstavy HDP Kryštof Kintera, sám přesvědčivý umělec.“*⁶

⁵ Keller, Jan: Abeceda prosperity. Doplněk, Brno 1997, str 43.

⁶ http://www.artservis.info/index.php?Itemid=9&id=35&option=com_content&task=view



Výstava Hrubý domácí produkt,
Galerie hl.města Praha - Městská knihovna
Praha 2007

2. VĚCI A DOMOV

Jak ovlivňuje věci doma typ našeho domova a vztah, který k němu chováme? Jaké věci máme v našich domovech a proč? Mohou nás nějak tyto věci charakterizovat?

2.1 Věci doma

Domov je intimní, soukromý a vnitřní prostor jedince, který mu poskytuje nejen střechu nad hlavou, ale také pocit bezpečí. Potřeba „mít domov“, tedy bydlet, patří mezi jednu z nejzákladnějších a nejvlastnějších lidských potřeb. Právě absence domova slouží jako aspekt sociálního rozlišení společnosti už od pradávna. Také typ domova, ve kterém bydlíme má tento rozlišovací sociální charakter. Vzpomeňme si například na kočovné národy a jejich pohyblivé domovy, které pro evropskou společnost byly (a možná stále jsou) nepřijatelné. Tento způsob života spojený s vůní dalek byl společností vždy považován za něco nestandardního, ale na druhou stranu ji přitahoval pro svou neobyčejnost a dobrodružství. Stejně tak typ „statického“ domova nás jistým způsobem sociálně zařazuje. Hledisko, jestli bydlíme v bytě panelákovém, vlastním, pronajatém nebo vlastním dům většinou vypovídá o naší životní úrovni, zaměstnání nebo vlastněném majetku. Tento typ domova nás nejen sociálně zařazuje, ale také ovlivňuje typ věcí, které se v našem domově vyskytují. Jaké množství věcí vlastníme, kolik z toho je tzv. zbytečností, jakou hodnotu tyto věci nesou. Charakter bytu a jeho vybavení nás ale nerozřazuje pouze sociálně, jeho zařízení a vybavení může říci mnoho o našich zájmech a vlastnostech. I když bydlíme v pohyblivém domově nebo malém bytě, může být náš interiér upravený, uklizený a vkusně zařízen a naopak ve velkém a drahém domě může panovat nepořádek a nevкус. Z psychologického pohledu vůbec základní volba domova, kde chceme bydlet, proč a jak je pro nás domov důležitá, vystihuje náš přístup k životu, naše hodnoty. Jestli bydlíme v domě, který jsme si celý život přáli, i když do práce to máme daleko a musíme dojíždět, nebo radši volíme byt blízko našeho zaměstnání, který je ale jinak malý a temný. Velmi důležité také je, kolik času trávíme v našem bytě, zda ho bereme jako místo, kde rádi odpočíváme, trávíme volný čas, nebo jako místo, kde jen přespáváme. Když se budeme domů vracet jako do hotelu, nebudeme se asi obklopotovat mnoha osobními zbytečnostmi, nebudeme řešit bytové vybavení jinak než

z praktického pohledu. Podobný praktický vztah ke svému domovu mají lidé, kteří bydlí v pronajatém domově a nikdy neví, jak dlouho tam ještě zůstanou, často se stěhují a cestují. Tito lidé ani nemohou vlastnit velké množství věcí, aby jim případné stěhování nedělalo problémy. Za svůj domov často považují své rodné město a domov rodičů spíše, než dočasný příbytek, který obývají kvůli studiím nebo práci. Dalším problémem v utváření příjemného domova může být bydlení v podnájemním bytě, do kterého se nám nechce investovat a upravovat interiér. Zde pak závisí právě na tom, co je pro nás důležitější, jestli potřeba příjemného prostředí pro bydlení, nebo ušetření peněz na ozvláštnění vlastního bytu, které ale může být v nedohlednu.

Každý člověk má jinou potřebu domova, někdo potřebuje pevné zázemí, jinému stačí postel k přespaní. Potřeba stálého domova jako jednoho místa, které je nám příjemné a kam se budeme rádi vracet, také vzrůstá spolu s naším věkem. Mohli bychom z obecného hlediska říci, že náš vztah k domovu se různí podle vývojových etap naší osobnosti. Začíná od dětství, kdy je spokojený domov přímo důležitý pro náš správný vývoj, pokračuje přes adolescence a dospívání, kdy se naše pouto k domovu rodičů oslabuje, abychom si mohli postupem času vytvořit vlastní život a tedy i domov, dostává se k dospělosti, kdy už se náš vztah k domovu ustaluje a končí u stáří, které je většinu spojené s idylou pohodlného a stálého domova. V každé etapě tohoto života budeme mít asi trochu jiné představy o ideálním domově, budeme se obklopotvat trochu jinými předměty, bude se měnit náš vkus. Samozřejmě se také bude měnit množství věcí, kterými se obklopujeme. Postupně s věkem zbytečnosti, které shromažďujeme, přibývají a naopak kdysi moderní bytové vybavení se opotřebovává. Kdybychom generalizovali mohli bychom tvrdit, že starší lidé vlastní větší množství už starých věcí a mladí lidé naopak vlastní věci pár, ale novějších a neopotrebovaných. Také typově se věci budou vzhledem k věku proměňovat, malovaný porcelán na zdi bude asi viset v bytě našich babiček, kdežto doplňky z Ikea se budou vyskytovat v příbytcích mladší generace. Každý člověk, ať bydlí v dočasném bytě, nebo už dlouho obývá svůj jeden vysněný vlastní byt, ať je mladý, nebo starý a jeho vztah k věcem a bydlení je jakýkoliv, má tendenci vlastnit alespoň pár svých věcí, věcí nepotřebností. Je zajímavé sledovat, co je to za předměty a jaký vztah k nim jejich vlastník chová.

Pozoruhodným jevem ve vztahu člověka k domovu je objevování míst, která se zdají pro bydlení vhodnější. Například dnešní trempové si často volí intuitivně

k přenocování taková místa ve volné přírodě, kde se dříve nacházela pravěká osídlení. Tento jev vypovídá o existenci nějakých míst s „lepšími“ podmínkami pro bydlení, o instinktu, vnitřním pocitu člověka, podle kterého by si měl být schopen vybrat ideální místo pro svůj dům. Hledáním ideálních míst pro bydlení, tedy hledáním nějaké pomyslné energie, se zabývá dnes velmi moderní východní nauka Feng-šui. Je otázkou, zda tento instinkt „dobrého místa“ vlivem moderní civilizace ztrácíme a potřebujeme pak pro jeho nalezení nějakých nauk. Každý člověk má přeci tendenci vytvořit si příjemný domov, ve kterém se bude cítit dobře, útulně a co je tato útulnost jiného, než určitá pozitivní energie? Zútulnit náš domov si můžeme také díky různým předmětům, které si do našeho domova umístíme. Tyto předměty často nemají žádnou užitnou funkci, jsou pro nás ale důležité právě nějakou „energií“, utvářením ideálního a příjemného prostředí.

Stejně jako nás vnímání jakési základní energie vhodné k našemu bydlení může vracet zpátky k původnímu sejetí člověka s přírodou a tím alespon částečně vymanit naše bydlení z všudypřítomného konzumu, ráda bych se zamyslela nad funkcí domova v současné společnosti vůbec. Jsou naše domovy ovlivněny konzumem bez výjimky a celkově, nebo si ještě uchovali něco ze své původnosti? Jan Keller charakterizuje domácnost jako takovou „poslední oázu v poušti prosperity“. V rámci našich domovů fungujeme ještě jako samostatné a soběstačné bytosti, domácí práce a vaření stojí mimo systém, nejsou zdaněny, Keller je nazývá pracemi v podstatě „ilegálními“. Spotřebitelská individualizace také v mnohém neplatí, předměty v domácnosti totiž užíváme kolektivně, stále nám stačí jedna žehlička na celou domácnost. Jan Keller dokonce nadhazuje diskuzi, nakolik je pro moderní společnost výhodný nárůst rozvodovosti a vůbec osamostatňování jednotlivých členů domácnosti. Dříve v rámci jedné domácnosti fungovaly i tři generace dohromady, dnes tam stěží najdeme dvě. Více domácností samozřejmě znamená více samostatných konzumentů. Jak by ale toto zjištění mohlo souviset s věcmi-nepotřebnostmi, kterými se doma obklopujeme? Tyto věci mohou být často nějakým všeobecným mezigeneračním kompromisem mezi lidmi, kteří tento prostor obývají. Mohou se proto doma vyskytovat věci i velmi nemoderní, staré, jejichž vlastnění není pro moderní konzumní společnost nijak výhodné. Mohou to být věci, které stále nesou jakousi stopu minulosti, minulosti společnosti bez průmyslu. Tyto věci, může to být

obraz po babičce, malovaný porcelán, velká mapa světa z roku 1950, jsou takovými posledními Mohykány v prérii konzumních komodit, nesou stopy původní kultury, naší historie společenské, ale také rodinné. Druhou stranou věci je čím dál větší prostupnost prostoru soukromého a veřejného jako takového fenoménu současnosti. Do našich domácností prostřednictvím televize a jiných médií vstupuje veřejný sektor, samozřejmě to může být i prostřednictvím nějakých konzumních komodit, které nás spojují s celou řadou dalších spotřebitelů. Například vcelku nenápadná věc jako konev na vodu z obchodního domu Ikea je takovým poznávacím znakem téměř každé domácnosti mladší generace. Původně zamýšlený originální designový předmět se tak stává určujícím prvkem konzumní domácnosti. O prostupování soukromého a veřejného prostoru se dále zmiňuji například v souvislosti s prací Rachel Whiteread.

Netradiční přístup k domovu řeší současná česká výtvarnice Eva Kořátková. Kořátková zkoumá zejména možnosti našeho osobního prostoru ve vztahu k věcem, ale i k druhým lidem. Ve své instalaci *Za, mezi, nad, pod, v (pokoji)*, díky které vyhrála cenu Jindřicha Chalupického za rok 2007, právě zkoumala tyto různé možnosti svého osobního prostoru a konvenční pohybování se v něm: „*Autorka se zavřela na několik dní ve svém bytě a zčásti až kovandovsky prostými akcemi jej postupně naplňovala novými funkcemi a významy.*”⁷ Prostřednictvím těchto instalací zkoumá prostředí domova, ukazuje nám ho z jiných perspektiv a pomáhá nám uvědomovat si naši pozici v rámci tohoto osobního prostoru.

⁷

<http://artlist.cz/?id=2410>



Eva Kořátková: Za, mezi, nad, pod, v (pokoji)

2.2 Věci doma a identita

Když se podíváme na výtvarnou tvorbu fotografky Dity Pepe, která se zabývá právě změnou identity, napadne nás, jak jsou důležité předměty, kterými se obklopujeme v našem domově. Jakým způsobem mohou naši identitu nejen podtrhovat, ale také se mohou podílet na jejím utváření a naopak mi můžeme svoji identitu nevědomky vystihovat tím, jaké předměty se v našem domově nachází. Dita Pepe se ve svém projektu Autoportréty fotila postupně s různými ženami a snažila se podle nich měnit svou identitu. Tuto identitu měnila pomocí líčení, paruk, oblečení, většinou zapůjčeným od samotných žen, ale také pomocí gesta a výrazu. Velmi důležitou součástí těchto fotografií jsou interiéry, ve kterých jednotlivé ženy žijí. V každém interiéru se vyskytují předměty rozdílného charakteru v závislosti na sociálním postavení, roli této ženy. V závislosti na tom, jakého je věku, jaké vykonává povolání, jaké má koníčky, kolik má peněz, atd. Dita Pepe se zabývá změnou vlastní identity, řeší problém, na kolik se sami můžeme nechat ovlivnit identitou jiné osoby, když se dostaneme do její blízkosti. O svém projektu říká: „*První fotografie vznikly s lidmi z mého okolí, s ženami, které mě něčím přitahovaly. Buďto zevnějškem, nebo životem, vystupováním, názorem. Myslím si, že všechno v životě je relativní a že bych mohla být jejich sestra nebo se narodit místo nich v jejich rodině. Mě to hrozně zajímá, ten jejich styl života, jejich hodnoty a vůbec všechno. Pak si třeba můžu vážit svých hodnot – nebo je naopak přehodnotit.*“⁸ V této autorčině úvaze můžeme cítit myšlenku plurality lidské osobnosti, kterou výstižně popsal Karel Čapek ve svém prozaickém díle Obyčejný život: „*I ty bys mohl být to, co je ten druhý, mohl bys být pán nebo žebrák nebo nádeník po pás nahý; mohl bys být tím hrnčířem nebo tím pekařem nebo tím tátou devíti dětí, umazaných povidlem od ucha k uchu. To všechno jsi ty, protože v tobě jsou takové ty rozmanité možnosti.*“⁹ Karel Čapek zde rozvíjí myšlenku, že každý člověk v sobě nese kousek různorodých identit, skrývá se uvnitř něho mnoho různých typů lidí. Jakkoliv si můžeme myslet, že náš život je úplně „normální“ a nic nás nemůže překvapit, po důkladnějším zkoumání v sobě nacházíme skryté identity, nerealizované možnosti našeho života, které si běžně neuvědomujeme.

⁸<http://www.photorevue.com/phprs/view.php?cislocclanku=2003111102>

⁹ Čapek, Karel: Obyčejný život. Československý spisovatel, Praha 1985, str. 392.



Dita Pepe: Autoportréty se ženami

Tato myšlenka možnosti plurality naší osobnosti je velmi blízká poststrukturalistickému pojetí identity, jakl ji rozpracoval Jacques Lacan. Toto pojetí identity je velmi objevené a Lacan jej vysvětluje na tzv. Stádiu zrcadla, tedy době, kdy si dítě poprvé svoji identitu uvědomí. Je to kolem 6.měsíce věku dítěte a identifikuje se pomocí zrcadla, ve kterém objevuje svojí podobu (vnímá jednotný tvar svého těla), tedy identifikuje se pomocí vnějšku, ne vnitřku. „*Jedinec své JÁ doslova a do písmene nachází ve vnějšku.*“¹⁰ V současnosti stále přetrvává stereotyp pojetí naší osobnosti, který by se dal vyjádřit často užívanou frází, že přece není důležité jak vypadáme, ale jací jsme. Tento stereotyp slyšel ne jeden člověk od svojí maminky nebo babičky, když se jako malý divil, proč ten člověk tak vypadá, je oblečený, atd. Právě na fotografiích Dity Pepe můžeme pozorovat jak výstižně nás dokáží charakterizovat nejen věci doma, ale také náš vzhled, naše oblečení, naše komunikace s okolím. Poststrukturaklistická teorie identity nerozlišuje mezi subjektem (lidská mysl) a objektem (zdrojem všeho poznání, můžou být smysly, tedy naše tělo), říká, že lidská identita je množinou diskurzů (kulturní vzorce a obecné aspekty lidského chování). Marie Fulková v článku „Když se řekne...identita“ vysvětluje postmoderní identitu takto: „*Nejde zde tedy o vymazání subjektu a jeho identity, popření jeho „skutečnosti“, právě naopak-jde o posílení možnosti a práva na uznání mnohočetných podob identity vyvstávajících v různých místech sociálního pole.*“¹¹ Nebo jinak slovy samotného Jacqese Lacana: „*Druhý má pro člověka hodnotu poutavosti díky anticipaci, již prezentuje jednotný obraz, jak je vnímán v zrcadle nebo v jakékoliv realitě bližního.*“¹² Když čteme Čapkův obyčejný život, jako bychom slyšely Lacana v literárním provedení, mohl Čapek znát myšlenky tohoto psychoanalytika, přestože Lacan prezentoval svou teorii zrcadla až roku 1936, tedy dva roky po vydání Obyčejného života? Ať už je to jak chce, Čapek tuto pluralitu identity rozvíjí o velmi humanistický rozměr jemu vlastní. Humanistický rozměr spočívá v toleranci a pochopení svého bližního skrze možnosti své vlastní identity. Podobně ve své práci přemýšlí i fotografka Dita Pepe. Stejně jako oni si myslím, že mnoho věcí v životě je relativních, často maličkosti a náhody rozhodují o tom, jakou zvolíme životní dráhu, jakého si vybereme partnera,

¹⁰ Fulka, Josef: Psychoanalýza a francouzské myšlení. Herrmann&synové, Praha 2008, str.115.

¹¹ Fulková, Marie: Když se řekne identita v moderním a postmoderním kontextu, Výtvarná výchova ročník 2006, č.2, str.9.

¹² Cituje Fulka, Josef: Psychoanalýza a francouzské myšlení. Herrmann&synové, Praha 2008, str.113.

jaké vykonáváme zaměstnání, kde bydlíme, nemluvě o neovlivnitelných skutečnostech, které zmiňuje Dita Pepe, což je země a rodina, kam se narodíme. Všechny tyto aspekty totiž dále utvářejí naši osobnost. Ovlivňují náš vkus, volbu předmětů, kterými se budeme obklopovat, konfekci, kterou si budeme oblékat, atd. Dita Pepe odhaluje skryté soukromí rozličných lidí, stejně jako po tom můžeme zatoužit my, při pohledu z okna svého bytu do oken jiných bytů, z jejichž interiéru vidíme jen část. Dita Pepe odhalovala to, co si mnoho z nás může jen představovat. Jak vypadá jejich domov? Kdo v něm bydlí, jaký ten člověk je, jaké má zaměstnání, rodinu, atd.? Stejně jako v každém člověku můžeme nalézt mnoho různých identit, tak v přístupu k druhým budeme jako měřítko brát naši vlastní identitu. K hodnocení druhých budeme přistupovat skrze náš přístup ke světu, skrze naše pojetí světa a životní postoje. Podobně jsem já teď svůj osobní zážitek pozorování cizích domovů z oken svého bytu projektovala do díla Dity Pepe.

Předměty se většinou obklopujeme tak nějak automaticky bez přemýšlení o vyjádření naší osobnosti, existují však výjimky. Například když se prostřednictvím bytu chceme nějak prezentovat, chceme dát najevo náš osobitý vkus, postavení, zařazení do nějaké skupiny. Může to být reprezentativní drahý starožitný nábytek nebo drahý obraz známého malíře v domě bohatého magnáta, filmové plakáty v bytě vyznavače kinokultury, neobyčejný designový doplněk v bytě studenta výtvarného umění. Nejvíce se tyto znaky určitého druhu kulturního seskupení objevují v pokojích dospívajících, kteří mají potřebu svoji identitu dávat veřejně najevo a také se ji těmito atributy snaží určitým způsobem formovat. V období adolescence se totiž naše identita utváří a formuje do budoucí finální dospělé podoby. „*V období dospívání dochází k zásadní proměně sebepojetí. Tato fáze je podle Eriksona označena jako hledání a vytváření vlastní identity.*“¹³ Dospívající má potřebu všemožných vzorů, utváří si tím představu o svojí vlastní budoucí identitě. Vliv těchto ideálů a vzorů málokdy přetrvává do dospělosti. „*Jde o vývojově přechodnou akceptaci něčeho, co by mohlo pomoci k vyjasnění představy o vlastní budoucí identitě. Umožňují překonat počáteční nejistotu danou opuštěním dětského sebepojetí. Postupně, až splní svou vývojovou úlohu, jejich význam opět klesne.*“¹⁴ Dospívající mládež mění často nejen svůj vzhled, ale také podobu svého soukromého vnitřního prostoru, tedy dříve

¹³ Vágnerová, Marie: Základy psychologie. Karolinum, Praha 2004, str.262.

¹⁴ Vágnerová, Marie: Základy psychologie. Karolinum, Praha 2004, str.263.

dětského pokoje. Tento pokoj je součástí domova rodiny, která ještě donedávna formovala osobnost dítěte téměř beze zbytku. V období adolescence však rodinu střídají vrstevníci, nějaká další sociální skupina. Pokoj adolescenta, často vybaven různými dětskými předměty nebo podle vkusu rodičů, se musí uzpůsobit novému vývojovému období dospívajícího. Ten je na vzhled svého intimního prostoru mnohem více citlivější než dospělí, stává se odrazem jeho nové identity (identit). Vzhled pokoje se často velmi radikálně proměňuje a to nejen pomocí doplňků interiéru jako jsou plakáty oblíbeného zpěváka, herce, hudební skupiny, ale dospívající zasahuje z pohledu rodičů velmi brutálním způsobem do vzhledu svého pokoje. Mění celkový vzhled, upravuje dosavadní vybavení bytu ke svému obrazu. Jeho soukromý prostor velmi dobře charakterizuje tendence tohoto období, rodičovi je nezřídka zamezen vstup do osobního prostoru. Dospívající si mnohem více chrání svůj osobní prostor, ke všem cizím vlivům je velmi citlivý. Sama si dobře vzpomínám na dobu, bylo mi asi čtrnáct let, kdy jsem si namalovala obraz přes celou stěnu přímo na zeď a posprejovala darovaný stolek na modro, protože se mi nelíbil a byl tak příšerně velký. Také si moc dobře pamatuji, jak tehda táta zuřil.

Interiér našeho domova a jeho součásti mohou být tedy vyjádřením naší osobnosti, vzdělání, profese nebo našich zájmů, dále našeho pohlaví, stáří a majetku. Tímto vyjádřením se interiér může stát plánovaně jako prostředek sebe prezentace (právě například v případě adolescentů), i vcelku neplánovaně, přirozeným obklopováním se věcmi, které jsou naší identitou, vlastnostem, zájmům a vkusu blízké. Nakonec této kapitoly mi přijde zajímavé srovnat, jak může souviset poststrukturalistická teorie identity a současný narcistický individualismus, jak jej definuje Gilles Lipovetsky. Lipovetsky považuje za jeden z průvodních jevů dnešního jednotlivce jeho pachtění za poznáním sebe sama. Používá k tomu neskutečné množství západních a východních terapií, jako právě psychoanalýzy, jógy nebo meditace. Avšak „*Čím více se zabýváme svým JÁ, čím více se mu věnujeme a interpretujeme je, tím více tu vzniká otázek, tím větší je nejistota.*“¹⁵, což nás po objevení Lacanovi teorie osobnosti asi moc neudivuje. Můžeme si zde položit otázku: Neztrácíme naši identitu právě kvůli tomu sebezahledění a uzavření do svého nitra pryč od ostatních lidí, nejsme ji schopni nalézt, jelikož ostatní lidé kolem jsou nám lhostejní? Nebo jinak, zda klíčem k nalezení vlastního JÁ není právě vystoupení z naší ochranné bubliny, odpoutání se

¹⁵ Lipovetsky, Gilles: Éra prázdnoty. Prostor, Praha 2008, str. 89.

od sebe sama směrem k druhým?

2.3 Domov Věcí

V této krátké kapitole bych se chtěla zamyslet nad tím, kde mají věci své místo, kdo jim toto místo určuje a jak to pro náš vztah k věci může být důležité. Přijde nám samozřejmé, že všechny věci mají své obvyklé místo, proto předpokládáme v prostoru našeho domova věci určitého charakteru. Mnoha lidem, kteří přijdou do mého a přítelova bytu, může přijít nepatřičné, proč máme v předsíni spoustu různých součástek kol. Očekávané věci v předsíni budou: botník, věšák, možná nějaká židle, obuv, kabáty a bundy. Co tu ale dělají kola, rámy, brzdy a jiné věci, které bychom čekali například v dílně? Už od malička slyšíme od našich rodičů, že například boty nepatří na stůl, talíř nepatří na zem, atd. Právě tento ohled vypovídá o všeobecném povědomí toho, kde mají věci své pravé místo. Tyto stereotypy umístění velmi krásně boří a bořilo umění, například Marcel Duchamp, který do galerií začal umisťovat tzv. Ready made, tedy Sušáky na lahve nebo pisoáry a ještě to prohlašoval za umění. Toto „správné“ umístění věcí může být také ovlivněno ve velké míře designem, který vytváří předměty určité funkce, patřící na určité místo a související s dalšími typy předmětů. Například: stoleček pod televizi, koupelnová skříňka, kuchyňská linka, psací stůl, atd. Na psací stůl asi neumístíme televizi, do koupelnové skříňky asi nedáme jídelní servis. Místo věcí souvisí také s jejich konkrétním uživatelem. Například součástky kol mi nepřijdou v rámci našeho bytu nic divného, protože vím, že zde bydlí můj přítel a kola jsou takovou jeho soukromou vášní. Na druhou stranu předměty, jejichž uživatel se odstěhoval, nebo zemřel, často svůj smysl ztrácejí a s tím ztrácejí i své místo. Tyto věci/pozůstatky souvisí také s časem, tedy vztahem mezi časem minulým a současným. Přístup dnešního člověka k věcem okolo vystihuje zaměření na současnost, možná právě proto, se většina těchto pozůstatků, ale i věcí starších, ocitá téměř bez rozmyslu na různých smetištích, v bazarech a vetešnictvích.

Zaměření na současnost ještě souvisí s dalším průvodním jevem ve vztahu věci a místa. Nutková touha člověka věci mít a mít je ihned, po jejich získání tak nějak opadáva a nutí člověka pořídit si věc další. Člověk tak nikdy není spokojeným vlastníkem, jak píše Jan Keller ve své knize Až na dno blahobytu. Tato touha souvisí také s místem té věci. Pro typického spotřebitele je věc nejpřitažlivější vystavená ve

vitríně obchodu, když chodí okolo a touží po ní. Ve chvíli, kdy si věc koupí a umístí si ji domů, tato přitažlivost jaksí opadává, hodnota věci klesá. Objektem touhy se pro spotřebitele stává věc nová, která má zatím své místo opět ve vitríně nějakého obchodu. To je moment, kdy má pro nás věc největší hodnotu.



Marcel Duchamp: Ready made

3. VĚCI A VNÍMÁNÍ

Jakým způsobem vnímáme věci, estetické objekty a umění v současnosti? Je naše vnímání pod vlivem nějakých stereotypů? Jak toto vnímání ovlivňuje výběr věcí, které si umístíme do našeho domova?

3.1 Stereotypy ve vnímání věcí

Člověk, jako myslící a cítící bytost, má tendenci obklopovat se věcmi, které jsou mu smyslově příjemné, cítí se díky nim lépe, popřípadě vyvolávají nějaké vzpomínky, atp. Tyto věci bychom mohli laicky nazvat jako krásné. Krása je však těžko vymežitelný pojem, který závisí na individuálním vkusu podmíněným sociálním prostředím a kulturou: „*Proti gustu žádný dišputát*“, nebo jeho ještě lidovější varianta: „*Někdo má rád holky, jiný zase vdolky.*“ *Všechny tyto výroky se pokoušejí popsat proměnlivost individuálního vkusu a údajnou nemožnost obhájit estetický soud racionálními argumenty.*¹⁶ Zde se dostáváme k oboru estetiky, která se pojmem krásna zabývá. Nabízí se tedy teze, že tyto předměty plní v našich domovech funkci estetickou. Jak ale vypadá estetický předmět (objekt), co to vlastně je? „*Otázka po ontologickém statusu, postavení estetického objektu mezi ostatními jsoucnými je na místě zvláště tehdy, není-li estetický objekt běžným předmětem, takzvaně předmětem každodenní potřeby, který pouze používáme k nějakému jinému cíli, jako například žehličku, počítač či automobil. Estetický objekt patří do skupiny předmětností, ztv.heteronomních.(...) heteronomní objekty vyžadují pro svou existenci ještě něco jiného nežli samy sebe, (...) estetický objekt vyžaduje pro svou existenci další objekt(y), jinak sám o sobě vůbec nezačne existovat.*“¹⁷ Znamená to, že estetický objekt jako takový vlastně vytváří vnímatel předmětu, neboli konkrétní člověk, který určitý předmět začne esteticky vnímat. Jak toto vnímání probíhá, co ho provází?

Umělecká díla mají pro tento účel galerie, tam se estetický objekt vystaví, aby vůbec jako takový mohl za pomoci diváka existovat. Lidské příbytky mohou pro tento účel použít stěny pokojů pro plošné předměty, poličky a vitríny pro předměty prostorové. Zavěšením nějakého předmětu na zeď nebo umístěním na poličku, kde ho můžeme dobře vidět a tedy případně esteticky vnímat, se může stát předmět

¹⁶ Zuska, V.: Estetika, úvod do současnosti tradiční disciplíny. Triton Praha 2001, str.: 20.

¹⁷ Zuska, V.: Estetika, úvod do současnosti tradiční disciplíny. Triton Praha 2001, str.: 28.

estetickým objektem. Samo toto umístování už vyjadřuje náš vztah k danému předmětu a princip jeho vnímání. Určité předměty pokládáme za vhodné k vystavení, jiné nikoliv. Na tento výběr, co si „pověsíme na zeď“ má vliv nejenom náš vkus, sociální statut či kultura, ve které se nacházíme, ale také míra schopnosti vnímání estetických objektů, neboli schopnost estetického prožitku. Tato schopnost je často poznamenána mnoha stereotypy ve vnímání, které se často projeví i v našem vztahu k umění. Oceňování výtvarného umění větou: „Tak tohle bych si na zeď nepověsil(a).“ vypovídá o stereotypním přístupu k umění, které by dle ní mělo sloužit jako „výzdoba“ našich příbytků. Stejným druhem stereotypu trpíme při vnímání dalších předmětů světa kolem nás, nejen ve výtvarném umění a nejen ve vnitřním prostoru. Tedy takovým stereotypem, že určité věci by měli mít určitou (zažitou) vizuální podobu, určitou funkci a své určité místo. Tento stereotyp vychází také z možnosti našeho vnímání, jelikož můžeme vidět vždy jen jednu stranu trojrozměrného předmětu: „...vnímáme-li jakýkoli trojrozměrný objekt, dům, stůl, svého přítele, co vlastně vidíme? Doslova vidíme, tj.vnímáme očima, pouze přední, k nám obrácenou stranu příslušného předmětu. Vidíme ale, v širším a obvyklém významu, tj.vnímáme, objekt jako trojrozměrné těleso. V pozadí je pochopitelně fixovaná zkušenost a evolučně vytvořený zvyk takto vnímat věci v našem světě, které nás mohou také oklamat.“¹⁸

Podobným problémem vnímání se zabývá český výtvarník slovenského původu Ján Mančuška. Ten nás právě neočekávanou podobou (zpracováním) běžných věcí vyvádí z tohoto stereotypu vnímání. Snaží se přiblížit nám předměty z jiné stránky, ukázat z jiných pohledů. Upozorňuje na možnou pluralitu vnímání věcí kolem sebe. V případě další série *Osvobozená domácnost* (2000) je ústředním tématem, jak už název napovídá, domov. Objekty byly vytvořeny pro stejnojmennou výstavu v galerii Na bidýlku a rozvíjely uvažování z instalace *Ráno* 2001; jen jejich nepoužitelnost byla ještě vypointovanější, jako krabička od cigaret obrácená naruby nebo křeslo z čistítek na uši. Význam těchto kontrastů Mančuška vysvětlil v rozhovoru s Janou a Jiřím Ševčíkovými: „Moje instalace vypadají jako dům, člověk nikdy neví, jestli je skutečný, nebo jestli je to kulisa. Druhou stranou kulisy je konstrukce, lešení, na kterém drží. Člověk pořád ví, že je to „dům“, ví kde jsou okna, jen to podléhá trochu jinému způsobu uvažování. Já vlastně převrátím celý objekt, aby se ukázalo, že nemá jen

¹⁸ Zuska, V.: Estetika, úvod do současnosti tradiční disciplíny. Triton Praha 2001, str. 18.

jednu stranu. Má jich daleko víc, a pokud se poruší princip jednoho pohledu, odhalí se mnoho vrstev. To je hodně důležitá součást významu toho, co dělám. Umožním jiný pohled na všechny materiály, na jejich další odkazy, na to, jak s nimi člověk zachází, na jejich konceptuální významy. Baví mě posloupnost odhalování, když se divák setkává s mými věcmi.“¹⁹

Krabička cigaret obrácená naruby a práce s tématem vnitřku a vnějšku věcí nabízí srovnání s dílem americké umělkyně Rachel Whiteread, která vytvářela odlitky vnitřních prostorů věcí a tím umožňovala nahlédnutí do jejich dosud skrytých prostorů. Hlavním dílem této výtvarnice je reálný betonový odlitek vnitřního prostoru řadového domu ve staré Londýnské čtvrti, který byl určen k demolici. Tento negativ domu, reálného zbouraného obydlí, byl vystaven v malém parčíku čtvrti jen pár měsíců, než se i jej místní radnice rozhodla zbourat. Provokoval totiž tím, že nesl otisk již zmizelých pokojů, oken či parapetů a s tím stop jeho dřívějších obyvatel. Rachel ve svém díle propojuje psychickou a sociální rovinu. Po psychické stránce jsou její objekty věcmi známými (například z dětství), které musí být násilně potlačeny a tím se stát věcmi cizími. „Podle kritika Johna Birda vyvolávají „kulturní prostor domova“ jako místa počátků a konců, odchodů a návratů, jako místa pronásledovaného realitou ztráty a přítomností nepřítomnosti.“²⁰ Po stránce sociální se autorka věnuje prostoru veřejnému a soukromému, naráží na dnešní svět, ve kterém jsou často soukromé prostory obscéně vystaveny a veřejné prostory téměř zanikají. Tento monumentální objekt ve skutečné velikosti velmi připomíná stereotypní představu domu, teprve při bližším zkoumání odhalujeme, že se jedná o jeho vnitřek a vlastně odhalujeme právě jeho vnitřek, který bývá za normálních okolností skrytý. Zhmotnělou nehmotnost vnitřního prostoru můžeme díky tomuto objektu vnímat zvenčí. Toto dílo se velmi úzce vztahuje nejen ke stereotypům našeho vnímání, ale také ke koncepci soukromého prostoru prostoupeného čím dál tím víc prostorem veřejným. Prostřednictvím díla Rachel Whiteread a Jána mančušky se opět dostáváme k místu domova, které je velmi důležité pro život každého člověka. Oba umělci nám odkrývají další, netušené pohledy na věci vyskytující se doma kolem nás. Podporují důkladnější vnímání těchto věcí v naší blízkosti, které jsou pro nás tak běžné, že už je

¹⁹ <http://artlist.cz/?id=188>

²⁰ Umění po roce 1900, modernismus, antimodernismus, postmodernismus. Slovarť, Praha 2007, str.637.

téměř nevnímáme. Krásným předmětem se pro nás tedy může stát cokoli, co budeme jako krásné vnímat, co povzneseme do pozice estetického objektu. Stačí se pouze na předmět podívat z jiného pohledu, než jsme zvyklí, překročit hranice stereotypu našeho vnímání.

Velmi diskutovaným tématem dnešní doby, jsou stereotypy krásy a dokonalosti, které si osvojujeme díky jejich prezentaci v médiích, zejména reklamní produkci. Tyto stereotypy se týkají zejména toho, jak by měli lidé (muži, ženy a děti) vypadat a také toho, jaké předměty by je měly charakterizovat. Vlastnosti těchto dokonalých bytostí jsou většinou vyjádřeny pomocí adjektiv, které pak máme s tímto stereotypem spojeny, ovlivňují naše názory. Tato adjektiva jsou například: krásná, dokonalá, mladá, nestárnoucí žena; úspěšný, zdravý, dokonalý muž; správné, trochu zlobivé, chytré, roztomilé dítě. Pro věci v rámci našich domovů to můžou být: útulný, teplý, čistý domov; světlý, prostorný, designový interiér; barevně sladěné a vyvážené doplňky. Věci charakterizující ženu pak jsou: úklidové prostředky, kosmetika, dokonalé líčení, módní oblečení; muže charakterizují: drahé hodinky a auto, moderní počítač a telefon, upravený vzhled. Právě reklama a módní trendy mají obrovský vliv na utváření našich kritérií krásy, kterými pak hodnotíme věci okolo nás. Působení reklamy a stereotypů s ní spojených řeším dále ve své práci v kapitole Reklama a módní trendy působící na vlastnění věcí.



Ján Mančuška: You will never see it all



Rachel Whiteread: House

3.2 Vnímání uměleckého díla jako věci

Další stereotyp ovlivňující naše vnímání pochází skrze vnímání uměleckého díla, protože umělecká díla jsou právě pokládána jako vzory toho, co by mělo být krásné. Umělecká díla nesou estetickou funkci, která je často brána jako synonymum krásy. Moderní a postmoderní umění však tento pohled proměňuje. Opět bych zde ráda uvedla práci slovenského malíře Jána Mančušky. *Odhalováním dalších možných pohledů a posunutých významů se Mančuška zabýval i v dalších dílech, jako třeba v instalaci ...a zase zpět (2004), která mu pomohla vyhrát Cenu Jindřicha Chaloupeckého. V expozici moderního umění Moravské galerie v Brně překryl několik vybraných děl kovovými deskami s vyřezaným textem o relativitě historie a interpretace umění.*²¹ Tímto dílem právě Mančuška naráží na interpretaci, vnímání a chápání umění. Narušuje stereotypní přístup k umění a jeho recepci. Skrze toto dílo se můžeme dotknout problému uchopení současného umění obyčejným člověkem-divákem. Výtvarná díla přestupující svou formou zažitou představu „estetického“ výtvarného díla, které by mělo být „krásné“, se nesetkávají s velkým pochopením „normálního“ diváka. Ten dokáže ještě ocenit některá díla moderního umění, postmoderní současnost je pro něho často problém. Čím je tento fakt podmíněn? Odpověď můžeme hledat například v časovém odstupu od díla samotného. Časovým odstupem, neboli historickým nadhledem, umělecké dílo získává hodnotu, ale také se jeho podoba stává pro recipienty známou, obvyklou a tedy lépe vstřebatelnou. Jako příklad může sloužit dnešní vnímání impresionistických obrazů, které se staly dokonce předlohou mnoha nápodob (i kýchů). Při pohledu na tyto obrazy se téměř všichni shodnou na tom, že jsou „krásné“, ačkoliv v době jejich vzniku si to většina ani zdaleka nemyslela.

Dalším důvodem je rozlišení hodnoty uměleckého díla na hodnotu estetickou a hodnotu uměleckou: „*Ideálně by mělo umělecké dílo maximalizovat jak hodnotu estetickou, tak hodnotu uměleckou. Tento požadavek splňují například obrazy Rembrantovi. Dodnes nás fascinují nejen svou originalitou, ale též tím, že inovace modelování tvaru a pojetí funkce světla a stínu byly dovedeny k estetické dokonalosti.*“²² Hodnota estetická souvisí s dovedností estetické recepce, hodnota umělecká ale závisí na naší vzdělanosti, tedy rozsahu vědomostí v dané problematice:

²¹ <http://artlist.cz/?id=188>

²² Kulka, T.: Umění a kýč. Torst, Praha 1994, str.74.

„...k posouzení umělecké hodnoty nestačí dobrý vkus a bystré oko. Musíme též něco vědět o dejinách umění.“²³ Míra estetické a umělecké hodnoty v rámci jednotlivých děl se samozřejmě různě proměňovala a proměňuje. Málokteré dílo je tak symetrickým vyvážením těchto hodnot jako díla Rembrantova. Můžeme tedy odhadnout, která z hodnot asi převažuje ve většině současných děl, jejichž formou je často jen koncept či videoprojekce. „*Důraz je téměř výlučně kladen na inovaci a experiment, zatímco estetické aspekty ustupují do pozadí.*“²⁴ Pro vnímání dnešního umění je jistě potřeba základní historický rozhled, který bohužel nepatří do základního vzdělání každého jedince společnosti. To je asi také důvodem, proč se v našich příbytcích budou spíše objevovat umělecká díla starší s převažující estetickou funkcí, nebo díla, u kterých se umělecká hodnota už pro obvyčejného uživatele vytratila (expresionistická díla Van Gogha, nebo děsivý surrealismus Salvadora Dalího už dnes asi nepřijdou nikomu šokující).

Kromě stereotypu vnímání uměleckého díla jako primárně esteticky příjemného objektu, který bychom si mohli pověsit do našich domovů, je zde také důležité zmínit možnost současného obyvatele moderních domovů umístit si vlastně jakékoliv umělecké dílo do svého domova prostřednictvím jeho reprodukce. S rozvojem fotografie se totiž také proměnil vztah k předmětu jako takovému. Možnost předmět rozmnožovat pomocí reprodukce formuje i naše vnímání předmětů a tedy i uměleckých děl. Originál vykazuje znaky jedinečné existence spojené s časem a místem svého původu, reprodukce však tento vztah ruší, předmět může existovat nezávisle na času a místě. Málokterý předmět se pro nás stává jedinečným, jeho podobu si můžeme zachytit prostřednictvím fotografie. Obraz už není imaginací reálného, ale stává se pro nás autentickou realitou: „*Je to, jakoby věci spolklly svoje zrcadlo a sobě samým se staly transparentními, úplně a cele přítomny v sobě samých, v plném světle, v reálném čase, v neúprosném přepisu.*“²⁵ Stejně tak umění je přístupné i mimo galerie, tedy v knihách a na internetu, tím pro nás automaticky ztrácí svou jedinečnost-originalitu, snižuje se jeho hodnota. Sériovost výroby se projevila také v rámci výtvarného umění samotného, asi nejlepším příkladem je celé dílo Andyho Warhola, které naopak staví na sériovosti, zejména díky nové technice

²³Kulka, T.: Umění a kýč. Torst, Praha 1994, str.74

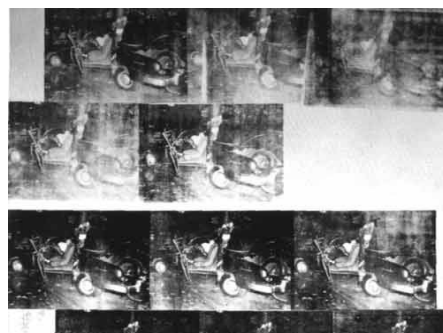
²⁴Kulka, T.: Umění a kýč. Torst, Praha 1994, str. 75.

²⁵Baudrillard, J.: Dokonalý zločin. Periplum, Olomouc 2001, str. 13.

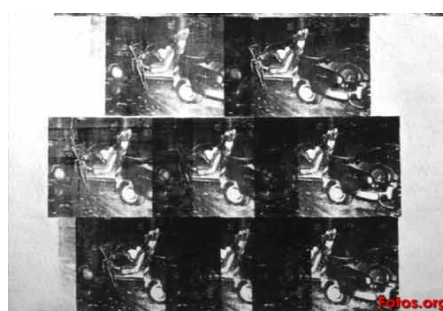
sítotisku, který umožňuje snadnou tvorbu mnoha reprodukcí. „*Warhol byl první, kdo zavedl do moderního fetišismu, do fetišismu transestetického, fetišismus obrazu bez vlastností, prezence bez touhy.*“²⁶ Z pohledu sériovosti v našem vnímání jsou velmi zajímavým dílem jeho fotografie automobilových nehod, které zmnožil mnohokrát za sebou a vytiskl na veliký formát. Automobilová nehoda jako taková vyvolává v člověku negativní emoce, jejím zmnožením se ale tato emoce otupuje a automobilová nehoda se dostává se do pozice nějaké běžné události. Stává se s ní to samé, co s kdysi šokujícími obrazy Salvadora Dalího. Tento druh vnímání je ovlivněn množstvím obrazů vyskytujících se neustále v naší blízkosti.



Ján Mančuška: Od A k B a zase zpět



Andy Warhol: White car crash



²⁶

Baudrillard, J.: Dokonalý zločin. Periplum, Olomouc 2001, str. 82.

3.3 Vnímání věcí jako vnímání reklamy

Vlastimil Zuská ve své estetice mluví o povrchnosti vnímání dnešní společnosti, díky kterému nejsme schopni vydržet u jednoho objektu déle a propracovat se k jeho prožití. Dnešní kultura nabízející mnoho vizuálních podnětů za velmi krátkou dobu nás nutí k rychlému vnímání, abychom vstřebali v co nejkratší době co nejvíce předmětů (stačí si uvědomit, kolik reklamních obrazů vstřebá obyvatel většího evropského města za jeden den). Nemáme čas vnímat okolní předměty do hloubky, což znamená, že nemáme čas vnímat ani sami sebe jako objekt do hloubky. Nejsme schopni sebereflexe, namísto ní nastupuje sebezahledění: „*Sebezahledění právě tyto rysy postrádá, to znamená, že z prožitku a jeho vnějšího stimulantu je důležité jen to, co způsobuje „hezké pocity“, co posiluje ontologickou jistotu a vysokou hodnotu, kterou příslušná personalita přičítá sobě samé. Jakákoliv distance je pak zhoubná, protože by mohla narušit pracně budovanou projekci ideálního já.*“²⁷ Toto sebezahledění je právě jedním z následků individualizace dnešního člověka a problémem vnímání se zabývá i Gilles Lipovetsky ve svém díle Éra prázdnoty. Lipovetsky píše, že dnešního diváka zaujme cokoli, ale vlastně nic kvůli jeho lhostejnému a apatickému přístupu. Mnoho diváků dnešního světa proto stráví v galerii před každým obrazem v průměru pár desítek sekund, stejně tolik, kolik stráví vnímáním reklamního spotu: „**Udržte pozornost diváka po 30 sekund:** *Videa mohou být dlouhá až dvě minuty. Zjistili jsme však, že velké množství uživatelů odejde, pokud jsou reklamy delší než 45 sekund. Doporučujeme videa dlouhá kolem 30 sekund. Hlavní sdělení by mělo být v prvních deseti sekundách, protože uživatel nemusí přehrát celé video.*“²⁸ Často navíc požaduje od umění podobné kvality jako například od reklamy: „**Zaujměte diváky poutavým a informativním dějem:** *Obsah videa by měl být informativní, zábavný a relevantní k vaší nabídce. Na rozdíl od televizních reklam máte pouze diváky, kteří se sami rozhodnou, že se na reklamu podívají. Navíc mohou kdykoli odejít. Uživatelé se na video spíš podívají, pokud bude mít zábavný děj a budou se z něj moci dozvědět více o vlastnostech vašich produktů.*“²⁹ Umění ale není reklama, nemá mít explicitní, rychle vstřebatelný a líbivý charakter. Na druhou stranu můžeme namítnout, že jsme společnost, která používá spoustu předmětů, u kterých se

²⁷ Zuská, V.: Estetika, úvod do současnosti tradiční disciplíny. Triton, Praha 2001, str. 124.

²⁸ <https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=cs&answer=66534>

²⁹ <https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=cs&answer=66534>

nejdříve musíme naučit s nimi pracovat (počítač, cd-přehrávač, mobilní telefon, internet). Možná bychom potřebovali i takový „návod k použití“ pro dnešní umělecká díla.

Je otázkou, jak donutit současného diváka ke kvalitnějšímu vnímání. Tuto problematiku řeší ve svých dílech česká konceptuální umělkyně Kateřina Šedá. Například ve svém projektu „Nic tam není“ přiměla obyvatele malé vesnice, aby jednu sobotu dělali stejné věci ve stejnou dobu (v určitý čas všichni obědvali, v určitý čas šli všichni nakupovat). Tito lidé se vlastně stali spolutvůrci konceptu (či happeningu), tedy nestandartní formy současného umění. V jiném projektu nazvaném „Předvaděč“, nechala posuzovat práce diplomantů neobyčejnou „Šedou komisí“. Komisi totiž tvořili členové její rodiny, tedy lidé nezainteresovaní do problému výtvarného umění a v podstatě laikové. Ti postupovali standardně jako „normální“ komise složená z odborníků. Výsledkem jejich práce byl posudek na každou diplomovou práci. Tento projekt zaprvé ukazuje na rozdíly vnímání výtvarného díla odborníky (teoretiky umění) a obyčejnými lidmi a zadruhé se obyčejní lidé opět stávají součástí výtvarného díla (konceptu). Možná toto začlenění obyčejných lidí, neboli vlastně potencionálních recipientů, do výtvarného díla, které ve své práci uplatňuje Kateřina Šedá, umožňuje vnímat dílo jako takové z jiného pohledu. Recipienti vnímají dílo jako součást svého vlastního prožitku (součást sebe), vnímají ho zevnitř a velmi zainteresovaně. Kateřina Šedá ve své tvorbě ukazuje cestu, jak přiblížit současné umění obyčejným lidem, tak aby ho mohli snáze vnímat, prožívat a pochopit.



4. VĚCI A KONZUMNÍ

Kateřina Šedá: Nic tam není...

SPOLEČNOST

Čím je charakteristická konzumní společnost a jaké jsou její principy? Jak trendy a reklama ovlivňují naše domovy? Proměňuje se nějak vztah mezi módou a člověkem? Co je to kýč a čím se vyznačuje? Mohou si být současné domovy něčím podobné?

Stejně tak, jaký vztah chováme ke svému domovu a jakým způsobem dokážeme vnímat věci kolem sebe včetně různých stereotypů v těchto vnímáních, je také důležité, v jaké kultuře, době a společnosti žijeme. Jak tato kultura ovlivňuje výběr předmětů, kterými se obklopujeme? Dnešní americko-evropská kultura je ve znamení kapitalistické demo-kracie, pro kterou je příznačný konzumní život. Jan Keller konzumní společnost charakterizuje takto: *„Konzum lze chápat jako takovou orientaci na materiální statky, která vytlačuje druhořadé potřeby nemateriální, nepřipouští spokojit se s úrovní spotřeby předchozí generace a neumožňuje krýt potřeby zcela, či alespoň převážně z lokálních zdrojů. (...) neustálý růst stále odvozenějších potřeb, vede k destrukci spotřebovaných objektů ve stále se zkracujících intervalech (...)“*³⁰ Tato kultura je silně ovlivněna ekonomickými pravidly, zaměřuje se tedy na masivního spotřebitele. Ve jménu zákonitostí trhu a jeho fungování jsme vystaveni neustálému tlaku ze strany nadnárodních firem, reklamy, časopisů a médií obecně, které nás tlačí ke koupi zaručeně potřebných komodit. Tyto zaručeně potřebné komodity se týkají i našich „nepotřebností“, kterými si zpříjemňujeme a vybavujeme své příbytky.

4.1 Reklama a módní trendy působící na vlastnění věcí

Současnou společnost charakterizuje masa respondentů, které jsou pro její fungování nesmírně důležité. Le Bon v Psychologii davů charakterizuje masu tímto způsobem: *„...bez ohledu na to, jakého druhu jsou individua, z kterých se skládá, bez ohledu na to, jak podobný nebo nepodobný je navzájem jejich způsob života, zaměstnání, jejich charakter nebo jejich inteligence, samotná okolnost jejich přetvoření v masu působí, že mají jistou kolektivní duši, která jim dává cítit, myslet a jednat zcela jinak, než jak by každý z těchto jednotlivců cítil, myslel a jednal sám o sobě. Existují ideje a city, které se vyskytují nebo které se projevují činy jedině u individuí splývajících v masu. Psychologická masa je jakousi provizorní bytostí skládající se z různorodých prvků,*

³⁰

Keller, Jan: Abeceda prosperity. Doplněk, Brno 1997, str. 47.

kteřé se na okamžik navzájem spojily, ...³¹ Můžeme si všimnout, že masová společnost funguje i přes skutečnost, že v dnešní době probíhá velká individualizace jednotlivců, tyto dva jevy se tedy nevylučují. Například Jan Keller považuje masovou společnost za pouhý sociologický přepis ekonomického člověka, Homo economicuse: „Právě Homo economicus je bytost zcela izolovaná od druhých, (...) Zároveň je to však tvor, který je naprosto podobný všem ostatním, protože základem všech preferencí je na straně jedné strach z nedostatku, na straně druhé obava z příliš nízké, či dokonce žádné změny.“³² Tento Homo economicus je pod vlivem konzumní společnosti nucen kupovat stále nové, trendy věci a to i v rámci jeho domova.

Módní trendy v oblasti bytového designu (bytových dekorací), tedy to, jak by měl vypadat ideální lidský příbytek, ale nejsou novinkou poslední doby. Jako příklad si můžeme uvést parodii na maloměst'sanské předválečné příbytky, Oldřich a Božena (to jest: poučení, kterak vlastenecké příbytky vyzdobiti máš) od Karla Poláčka. „*Středem a řekněme přímo: inkarnátem konzervativního názoru světového každé vlastenecké domácnosti je pohovka. Pohovka budiž úzká a dlouhá, potažená červeným nebo zeleným plyšem s divokými secesními květy a jinými ornamenty. Dále vyznačuje se vysokým, ba velmi vysokým opěradlem, na němž malebně jsou rozestavěny skvostné porcelánové předměty, a to: velikonoční zajíčkové, vázičky, pejskové s něžně modrými očima a jiné. Nechybí tu ani babička s kývající hlavou. – Jak z popsaného vidno, slouží taková pohovka pouze k okrase. Ulehnutí na ni by byla rouhavá svatokrádež,...*“³³ Všimněte si předmětů, které jsou na pohovce vystaveny, nesou jasné atributy kýče a jsou jeho zesměšněním. Přičemž největším kýčem, který skýtá prostor pro drobnější kýče, je zde samotná pohovka. Ta nesmí díky své dekorativní funkci již plnit svou užitnou funkci, mohla by se zašpinit nebo poničit. A Poláček pokračuje návodem, jak si vyzdobit stěny ideálního bytu: *Jaké předměty hodí se nejlépe k výzdobě pokojů? Takové, o nichž praví obchodní prospekty, že „nemají chybět v žádné vlastenecké domácnosti“. Je to především monumentální „Oldřich a Božena“, (...) Velmi pěkně vyjímají se také všelijaké ty „Rozmysli-si-mařenky“. Rámy těchto obrazů buďtež bronzové, vždycky ale masivní...* V textu můžeme pozorovat nesporný vliv módních trendů na tehdejší bydlení, dokonce, jak vidíme, už tehda existovali lidé, kteří si tento vliv uvědomovali a nějakým způsobem ho zlehčovali.

³¹Cituje Freud, S.: O člověku a kultuře. Odeon, Praha 1980, str.212.

³² Keller, Jan: Abeceda prosperity. Doplněk, Brno 1997, str. 58/59.

³³Šindelář, D.: Chvála věcí. Albatros, Praha 1980, str. 76.

Módní trendy a reklama v té době měli vliv pouze na určitou vrstvu společnosti (měšťanskou) a jak můžeme vidět, uživatelé se těmto trendům podřizovali i přes jejich značnou nepohodlnost. V domovech se vyskytovali salóny zaplněné módními trendy, pohovky tam vůbec nebyly určeny k sezení a stoly k jedení: „*Tento salón znamenal celou řadu nesnesitelných tabu; nelézt v botách na plyšové kanape, nekopat nohama (...) Bylo to místo důstojné a chmurné; nikdy jsem nepochopil, že tam maminčini hosté vydrží tak dlouho sedět.*“³⁴

Dnes bychom si asi stěží dokázali představit, že bychom měli doma sedačku, na které by se nesmělo sedět, dnešní uživatel naopak vyžaduje pohodlí, komfort, trvalost a praktičnost. V současnosti se vliv módních trendů proměňuje, dnes už se nepřizpůsobuje spotřebitel trendům, ale naopak trendy jsou psané na míru spotřebiteli. Módní trendy pak působí na všechny vrstvy společnosti, marketingoví pracovníci znají velmi dobře potencionálního příjemce produktů, jeho zájmy, myšlení a charakter. Skupina těchto potencionálních příjemců pak tvoří výše zmíněnou masu (můžou to být vdané ženy středního věku se středoškolským vzděláním nebo romantické dospívající slečny s prvními milostnými zážitky). Díky přítomnosti televize a internetu v téměř každém osobním prostoru (a to nemluvím o prostoru veřejném, například v rámci většího města) se dostává reklama ke všem bez výjimky. Módní trendy se také neuvěřitelně rychle střídají. Jak takový módní trend vznikne a kdo se stará o jeho reklamu popisuje Malcolm Gladwell ve své knize Bod zlomu. Módním trendem se může stát produkt, který je ve svém začátku naopak takovou raritou pro pár vyvolených. Gladwell to ukazuje na hrstce lidí ze Soho, Eats Village a Manhatanu, kteří si oblíbili téměř zanikající značku semišových polobotek. Právě kvůli jejich všeobecné neoblíbenosti je začali nosit. Pak se do jejich společnosti dostali nějací módní návrháři, polobotky si obuli na sledovanou módní událost a za chvíli byly tyto polobotky součástí sortimentu všech význačných butiků v New Yorku. Podobně je tomu v České republice například se značkou bot Botas, která byla před jejím znovuobjevením dvojicí designérů na pokraji zániku. Právě to je důvodem, proč se například design stává v současnosti velmi dobře prodáváním reklamním produktem. Téměř žádná originální tendence se v dnešní době neuchrání před zvědavými agenty reklamních společností. Mohlo by z toho plynout poučení, které

³⁴

Čapek, Karel: Věci kolem nás. Československý spisovatel, Praha 1970, str. 48.

zní: „Nesnažte se být out, nebo za chvíli budete in.“

4.1.1 Kýč

Přestože jsme si v předchozí kapitole řekli, že se dnes módním trendem může stát téměř cokoli, musíme mít stále na mysli, že tato móda pak většinou funguje jen pro konkrétní skupinu lidí. Existují zde ale určité druhy předmětů, které se líbí většině populace a jsou stereotypně pokládány za ideální, zejména jejich využití k dekoraci našich domovů. Tyto předměty bychom mohly nazvat kýčem. Kýče už často ani žádnou propagaci pomocí reklamy nepotřebují, pro úspěšný prodej stačí jejich vlastnosti, které jsou založeny na všeobecných stereotypech krásy. A tyto stereotypy jsou takřka neohrožitelné, ve všeobecném vnímání jsou vystaveny tak pevně jako čínská zeď a stejně těžko jdou i zbořit. Tři podmínky kýče charakterizuje Tomáš Kulka v jeho studii *Umění a kýč*: „*Kýč zobrazuje témata, která jsou všeobecně považována za krásná, nebo která mají silný emocionální náboj.*“³⁵ Za příklad nám mohou sloužit všemožné plakáty a kalendáře zvířat a zvířecích mláďat. „*Téma zobrazené kýčem musí být okamžitě identifikovatelné.*“³⁶ Tato vlastnost kýče souvisí s výše řešeným problémem vnímání estetických objektů. Masový divák chce srozumitelné vizuální zobrazení, které by se dalo nazvat takovým současným realismem. To znamená, že vyžaduje ty nejkonvenčnější zobrazovací znaky charakteristické pro dané období. Mezi takové znaky patří stereotypy v našich představách o tom, jak by který zobrazovaný předmět, člověk či příroda měl(a) vypadat. Mezi tyto stereotypy bychom mohli zařadit ideály krásy vnucované dnešní společnosti právě reklamou. Tyto ideály krásy se netýkají pouze zobrazení lidí (muže, ženy, dítěte), zvířat nebo přírody, ale také našeho domova. Třetí podmínka k fungování kýče zní: „*Kýč substantivně neobohacuje asociace spojené se zobrazeným tématem.*“³⁷ Kýč tedy nevyvolává jakékoliv otázky, nenutí nás o zobrazení přemýšlet. Zobrazení je vlastně a pouze náhradou zobrazené skutečnosti. Tuto ideální skutečnost zastupuje její zobrazení, které tím pádem musí být velmi snadno čitelné a standartně provedené (dle našich očekávání). Povrchní vnímání estetických objektů jsem přirovnala k vnímání reklamních spotů (obrazů), Tomáš Kulka také ve své studii zmiňuje principy, na kterých reklama funguje: „*Efektivní reklama se vyznačuje svou*

³⁵Kulka, T.: *Umění a kýč*. Torst, Praha 1994, str. 41.

³⁶Kulka, T.: *Umění a kýč*. Torst, Praha 1994, str. 47.

³⁷Kulka, T.: *Umění a kýč*. Torst, Praha 1994, str. 52.

estetickou nenáročností spojenou s vykalkulovaným sentimentalizujícím emocionálním dopadem.“³⁸ Kýč, jakožto i reklama, příjemce klame. Jejich konzument se domnívá, že se mu líbí pro jeho estetické vlastnosti, ve skutečnosti je to jen emocionální obsah, který na něho působí.

4.1.2 Postmodernismus a kýč

Matoucí může být také pro mnoho lidí postmoderní umění, které s kýčem velmi často pracuje, umělci jej používají jako výrazového prostředku pro svá díla. Někdo tvrdí, že postmoderní umění smazává hranice mezi kýčem a uměním. Podle Kulky kýč a výtvarná díla kýč používající nejsou jedno a totéž: „*Použití kýč však není to samé, jako vytvořit kýč. Kýč jako takový nikdy nic nezpochybňuje, žádné otázky neklade.*“³⁹ S tím můžeme souhlasit například v souvislosti s Hamiltonovým obrazem *Co to jen způsobuje, že dnešní příbytky jsou tak odlišné, tak pěkné?*, kde je velmi snadné rozeznat, co které prvky kýče a masového vkusu znamenají. Můžeme cítit ironii Hamiltonova díla, která kýč zesměšňuje. Co když ale výtvarné dílo vypadá jako kýč? Je od něho takřka k nerozeznání? Jako příklad bych ráda uvedla dva umělce.

Prvním je Jeff Koons, americký umělec, který kýč povýšil na umělecké dílo. Samotný jeho život je tak trochu kýčem, neboť se sebepropagoval v nejrůznějších časopisech, oženil se s italskou pornohvězdou a popírá, že by jeho díla, prodávající se za obrovské částky, měly jakýkoliv skrytý význam. „... *jak se zdálo, Koons si nihilisticky liboval v komoditním fetiši a mediální známosti, které chápal jako historické náhrady za umělecké dílo s aurou a inspirovaného umělce.*“⁴⁰ Jeho díla přímo kopírují pouťové suvenýry a jiné sošky. Například jeho dílo „Štěně“ připomíná nějakou kýčovitou zahradní dekoraci. Je to socha s námětem čistě emocionálním vytvořená z různobarevných květin. Její přesnou kopii dokonce udělal Koons na zakázku pro mediálního magnáta Peter Branta, ten ji má na svém obrovském pozemku v Connecticutu. Jestli první socha-originál není kýčem, ale uměleckým dílem (například pro svou velikost a umístění v nečekané souvislosti veřejného prostoru), co je pak druhá socha? Tedy přesná kopie sochy první, která je již dělaná

³⁸Kulka, T.: Umění a kýč. Torst, Praha 1994, str.99.

³⁹Kulka, T.: umění a kýč. Torst, Praha 1994, str.132.

⁴⁰Umění po roce 1900. Modernismus, Antimodernismus, Postmodernismus. Slovart, Praha 2007, str.600.

jen pro ten účel zastoupit originál a je umístěná na soukromém pozemku mediálního magnáta? Je tedy jeho první dílo uměleckým dílem a druhé prachobyčejným kýčem? „Stejně jako Koons staví diváka do pozice nakupujícího a znalce umění do pozice fetišisty komodity-znaku a oslavuje myšlenku, že naše „vášeň pro spotřebitelský kód“ (Baudrillard) se zdá zahrnovat všechny hodnoty – užitkovou hodnotu, estetickou hodnotu a tak dále.“⁴¹

Druhým umělcem je český malíř současné mladé generace, který před nedávnem absolvoval Akademii Výtvarných umění, Filip Kudrnáč. Jak sám o sobě tvrdí, je současným klasicistním umělcem, který používá jemnou hladkou techniku Vlámско-Italské školy. vrací se tedy k řemeslu, což je v dnešním konceptuálním světě jistě záslužné. *Zobrazuje romantické i mytologické výjevy a krásy přírody a s obsahem vnitřní víry vytváří protipól k převaze nezobrazivého umění dnešní doby.*⁴² Dalo by se říci, že v jeho obrazech jednoznačně převažuje hledisko estetické, nebo je to hledisko čistě emocionální? Náměty i vzhled obrazů jsou často totožné s líbivými obrazy masové produkce. Kde je tedy rozdíl mezi uměleckým dílem a kýčem? V mistrovství Kudrnáčovy malby, v řemeslné dovednosti? V tom, že tvrdí, že je za jeho tvorbou nějaké poselství, ale co když není? Nebo je to umělecké dílo proto, že vystudoval AVU? Posuďte sami.

Tuto kapitolu bych ráda uzavřela citací ze studie umění po roce 1900: „*Tito umělci „předstírají, že se zabývají kritickou anihilací masově-kulturní fetišizace“, tvrdí Benjamin Buchloh, ale tím „jen dál posilují fetišizaci objektu vysokého umění: ani jeden diskurzivní rámec není rozbit, ani jediný aspekt podpěrného systému není reflektován, ani jeden institucionální nástroj není dotčen“.*“⁴³

⁴¹Umění po roce 1900. Modernismus, Antimodernismus, Postmodernismus. Slovart, Praha 2007, str.601.

⁴²<http://www.filipkudrnac.com/>

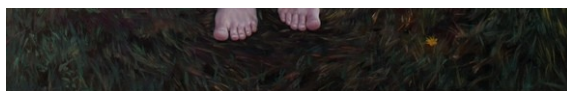
⁴³Umění po roce 1900. Modernismus, Antimodernismus, Postmodernismus, str.601.



Jeff Koons: Štěně



Filip Kudrnáč: Venus with Amor, that feels sorry



4.2 Sbírka konzumních fetišů v příbytku současného obyvatele?

V tomto odstavci bych se chtěla zamyslet nad tím, zda si mohou být dnešní příbytky něčím podobné, do jaké míry jsou ovlivněny trendy a reklamou, do jaké míry jsou naplněny kýčem. Ráda bych se vymezila na dobu dnešní, tedy na příbytek průměrného konzumenta moderní společnosti. Chtěla bych se zamyslet nad tímto tématem za pomoci výtvarného díla Richarda Hamiltona, Co to jen způsobuje, že dnešní příbytky jsou tak odlišné, tak pěkné? Richard Hamilton je jedním z představitelů uměleckého směru druhé poloviny dvacátého století, pop artu. Ještě před vznikem pop artu byl Hamilton členem anglického spolku Independent Group, který poprvé studoval vztah populárního a výtvarného umění. Nejen Richard Hamilton, ale i další členové tohoto spolku na začátku šedesátých let emigrovali do USA a stali se autory tvořícími pod nálepkou pop art. Pop art je zkratkou anglického termínu Popular art - populární, masové umění. Pop art znamenal velký obrat v moderním umění (někteří tvrdí, že je začátkem umění postmoderního). Užívá totiž jako výtvarných prostředků předměty vyskytující se kolem nás každodenně a neustále, což byly v Americe v 60. letech samozřejmě různé reklamy, reklamní plakáty a fotografie, módní časopisy, komiksy a kouzelný svět filmových a hudebních celebrit. Poprvé byl tento termín užitý pro označení obrazů, které popisují poválečný konzumní styl života. „...člověk byl jako nebránící se oběť zahlcován miliony podnětů z šílené jízdy kolotočem Ameriky. V umění této doby proto nemělo smysl hledat pocity, právě tak jako v běžném bezvýznamném scénáři života člověka šedesátých let.“⁴⁴ Jak můžeme vidět, pop art se zabýval právě tématy, které měly být přístupné většinové společnosti, záměrně pracoval s produkty masové kultury a kýčem. Doba, která je pod vlivem povrchních podnětů reklamy, showbusinessu a obchodu, stále dodnes přetrvává, možná se ještě počet těchto podnětů znásobil. Proto mi pop art přijde stále tak aktuální.

⁴⁴ http://www.artmuseum.cz/smer_list.php?smer_id=90



Richard Hamilton: Co to jen způsobuje, že dnešní přibytky jsou tak odlišné, tak pěkné?

Co tedy můžeme najít v „ideálním“ příbytku Richarda Hamiltona? Už samotný účel tohoto výtvarného díla vypovídá o úzkém vztahu k masové kultuře, tato malá koláž byla totiž vytvořená ne jako umělecké dílo, ale pouze jako plakát určený k reprodukci a do katalogu. Můžou být předměty vyskytující se na této koláži typově něčím společné s předměty, kterými se obklopujeme dnes? Muž a žena, kteří se vyskytují v tomto příbytku jsou zobrazením ideálu ženy a muže, jež je nám předkládán reklamou. Tento ideál se od dob vzniku obrazu skoro nezměnil, oba mají ty správné proporce a aby tyto proporce byly dobře viditelné, jsou obě postavy obrazu téměř nahé. Jediný prvek spojující tyto dvě narcistické postavy je lízátko Tootsie, které má muž místo penisu a flitry ozdobené bujně poprsí ženy. Tyto dva sexuální atributy míří směrem k sobě a jsou jedinou komunikací mezi těmito postavami. Kulturista nejspíše není obyvatelem bytu, ale jen objektem ženiny skryté touhy. Obě postavy jsou však komoditami stejně jako věci, které je obklopují. Pán domu je nepřítomný, ale upozorňuje nás na něho křeslo s rozečtenými novinami. Tyto atributy charakterizují staršího, movitého muže. Můžeme si tedy všimnout, že obyvatelé patří do lepší vrstvy společnosti, mají také paní na úklid. Na předmětu vysavače je ukázán vliv reklamy, jedná se totiž o moderní vysavač se super dlouhou hadicí. Délka je srovnána s délkou obyčejné hadice vysavače, což ukazuje na principy fungující v mnoha reklamách. „... *luxuje schody extra dlouhou hadicí, v níž se opakuje téma zboží-zarřízení jako falus.*“⁴⁵ Samotný byt je nejen prostorný a vybaven moderním nábytkem, ale nachází se nejspíše na velmi lukrativním místě, blízko kulturního střediska (divadla). V bytě nechybí nejmodernější technické vynálezy, jako hudební přehrávač a televize, která je samozřejmě zapnutá. Vnější svět díky těmto technologiím prostupuje svět vnitřní, stírají se mezi nimi rozdíly. (Díky televizi se můžeme v pohodlí domova ocitnout najednou v Africe mezi slony nebo se účastnit třeba předávání Oskarů.) Z obrázku v televizi můžeme odhadnout i pořad, který sledují. Žena v televizi má moderní účes, je namalovaná a telefonuje s velmi bezstarostným výrazem, snadno si domyslíme o jaký druh televizního programu se jedná. Na televizi je umístěna mísa s ovocem, předpokládám, že jde o ovoce umělé a tedy prvek čistě dekorativní. Na stole před televizí stojí plechovka s jídlem (šunkou), která je vyjádřením dalšího znaku konzumního života, dnes tolik obvyklého: prefabrikátu. A konečně se

⁴⁵Umění po roce 1900 (modernismus, antimodernismus, postmodernismus). Slovart, Praha 2007, str.390.

dostáváme ke stěnám pokoje. Největším dekorativním prvkem je zde reklamní filmový plakát, film má název *Young Romance* (milostný román) a podtitul divákům zaručuje příběh pravé lásky. Jedná se tedy o typický druh filmu určený masovému příjemci a představuje předchůdce seriálové tvorby. Napravo od plakátu je ve zdobeném rámu fotografie nějakého patriarchy, který jakoby kontroloval chod domácnosti. Chápu ho také jako protiklad minulosti a budoucnosti. Nalevo od filmového plakátu je na stínidle lampy připevněn odznak automobilky Ford. „*Emblém automobilky Ford na stínidle lampy působí jako heraldický symbol této domácnosti. Jakoby Hamilton předvídal závod auta, televize a komodity, který se měl brzy stát středem konzumního kapitalismu.*“⁴⁶ Do interiéru se také dostávají modernistické prvky. Bauhaus je zde zastoupen dánským nábytkem a obraz Jacksona Pollocka se zde vyskytuje jako vkusný kobereček, tedy interiérový doplněk. Hamilton zde velmi trefně předpověděl budoucnost nejen interiérového designu, který často používá reprodukce uměleckých děl pro své designové objekty. Například hitem dnešní doby jsou obrazy Endyho Warhola vyskytující se na tapetách, kobercích, tričkách i šatech. Populární masové umění se přes umělecké využití v podobě obrazů vytvořených samotnými umělci pop artu dostalo zpět k masovému příjemci jako módní doplněk. Zajímavou částí obrazu je strop bytu, který je tvořen částí snímku planety Mars. Tato planeta zastupuje všechno, co je odlišné a tedy pro masovou kulturu nepatřičné.

Rozhlédněme se po našich domovech, mohou být dnešní příbytky něčím podobné Hamiltonově koláži? Nepřipadá nám většina předmětů v bytě nějak povědomá? Nenachází se v našem bytě třeba super moderní LCD televize, mixér, který je stoprocentně lepší než všechny ostatní mixéry? Nemáme často naprázdno puštěnou televizi s tím nejstupidnějším programem? Nevisí nám v bytě nějaký reklamní plakát? Nemáme v bytě také nějakou tu mísu s umělým ovocem, nepoužitelnou vázu s umělou květinou, nebo kýčovitý suvenýr z dovolené? Koláž je prostoupena celou řadou různých typů fetišů (sexuálních, komoditních a technologických), právě tyto fetiše jsou často nedílnou součástí našich interiérů přesto, že jsou nepotřebné a obklopujeme se jimi právě pro náš vztah k nim, pro náš sklon k fetišismu. Fetišismus

⁴⁶Umění po roce 1900 (modernismus, antimodernismus, postmodernismus). Slovart, Praha 2007, str.390.

zde definuji podle Jeana Baudrillarda jako oslavu věcí, které jsou „krásné“, módní, drahé a hodnotné (v jistém směru). Přesto jsou tyto věci komoditou, jsou zastupitelné a my je často a rádi měníme. Měníme je nejen, když se opotřebují, ale také když už jsou technicky zastaralé nebo už nejsou v módě. „*V našem světě konzumního kapitalismu není nezbytně primární funkcí konzumace užití daného produktu, jako spíše jeho odlišení jako znaku od jiných znaků. Podle francouzského sociologa Jeana Baudrillarda je často tento „umělý, diferencovaný, zakódovaný, systematizovaný aspekt objektu“, který konzumujeme, spíše než objekt sám. Je to značka, co vyvolává naši touhu, komodita-znak, která se stává fetišem.*“⁴⁷ Takovým fetišem se také můžou stát věci, které dostaneme jako dárek nebo si je odněkud přivezeme na památku. Obchody se suvenýry a dárkovými předměty jsou naplněny seriovými komoditami, které si často nachází cestu do našich domovů a stávají se jejich nedílnou součástí.

Jiný pohled na vztah mezi dnešním konzumním uživatelem a věcí má Gilles Lipovetsky. Tvrdí, že tato oslava věci jako fetiše, tedy její vlastnění z důvodu toho, abychom se mohli společensky odlišit, je v dnešní době už překonána. Teorie o konzumní věci/znaku Jeana Baudrillarda, je aktuální právě pro 50. a 60. léta, tedy dobu života a tvorby Richarda Hamiltona. Dnešní jedinec společnosti zasažený vlnou individualizace, tedy zaměřením zejména na své ego, konzumuje hlavně kvůli vlastní slasti z konzumace, soukromému uspokojení potřeb. Tento fakt souvisí s mnohem větší rozrůzněností trhu, kdy má spotřebitel nepřeberné množství variant jednoho typu produktu podle svého vkusu, a také s rychlostí, se kterou se jednotlivé produkty na trhu střídají. „*Je pravda, že na úsvitu masové spotřeby mohly jisté předměty – první auta, první televizní přijímače – hrát roli prestižních objektů, obdařené spíše význačnou společenskou hodnotou než hodnotou užitnou. Avšak kdo by si nevšiml, že se časy změnily? Jak je tomu dnes, kdy jedinci považují nové věci za své přirozené právo?*“⁴⁸ Ano, dnes máme pocit, že pořídit si nové a hezké věci, je naše výsostné právo. Stejně tak si vkusně zařídit byt, vybavit s ho novými předměty. Dneska už neznamena, že když si zaříkáme byt levnějšími módními trendy, budeme v něm mít nějaké hromadné kýče. Z módních trendů si můžeme vybrat podle svého vkusu a uvážení. Za pár korun si můžeme pořídit předmět kvalitního designu. V dnešní době už naše domovy mohou být velmi vzájemně odlišné a originální, ale přesto pod

⁴⁷Umění po roce 1900. Modernismus, antimodernismus, postmodernismus. Slovart, Praha 2007, str.600.

⁴⁸ Lipovetsky, Gilles: Říše pomíjivosti. Prostor, Praha 2002, str. 267.

vlivem módních trendů. Tento fakt nás přivádí na myšlenku přehodnocení toho, co nazýváme kýčem. Co v současnosti znamená všeobecný vkus? Existuje vůbec nějaké všeobecné měřítko toho, co je krásné, není stereotyp krásy už jen takovým společenským klišé? A jestliže existuje, jak dlouho ještě existovat bude?

4.2.1 Suvenýr, dárek a kýč

Suvenýry a dárkové předměty jsou věci, které stále nesou znaky kýče, tyto předměty jsou ale specifické tím, že pro nás mají většinou jiný význam, než je jejich dekorativní funkce. Umístujeme si je domů kvůli vzpomínkám, ať už na krásnou dovolenou v Řecku, nebo na přítele, který nám předmět daroval. Dárkové předměty a suvenýry často nesou znaky kýče, jelikož jsou určeny pro širokou veřejnost, musí se líbit opravdu všem, být univerzální. Je samozřejmě otázkou, jaký typ předmětu si z dovolené odvezeme. Jestli to bude kus přírodniny (mušle z pláže, kámen z hor) nebo předmět původně určený k jinému účelu (lístek z metra, mapa). Z těchto věcí děláme vzpomínkové předměty tím, že si je odvezeme domů a vystavíme (nebo schováme) jako památku. Tyto věci pro nás mají často hlubší hodnotu, mušli si sami vylovíme, podle mapy jsme se celou dobu orientovali. To jsou předměty, které jsou autentické, nezastupitelné, charakteristické pro určitá místa, jejich vzhled se podle různých míst liší. Existuje mnoho lidí, kteří sbírají tento typ předmětů (lístky z metra, pohlednice, krabičky od cigaret, atd.) z různých koutů světa právě pro jejich různorodost.

Pak tu máme druhý typ vzpomínkových předmětů, jsou to suvenýry, prodávají se ve stáncích na těch turisticky nejatraktivnějších místech. Zobrazují většinou nějaké atributy dané země (používají její národní barvy, znaky, písmo), dále jsou kopii uměleckých a přírodních památek dané země. Turistovi nestačí vidět Eifelovu věž, musí si ještě koupit její blikající kopii, jako zhmotněný důkaz, že ji viděl. Stejně tak v Řecku si koupí hrníček s mořem a mušli. Mušli si sice může vylovit sám, ale jelikož přístup řadového turisty je většinou velmi pasivní, raději si ji koupí, nestojí moc peněz, je větší a vyleštěná. Stejnou funkci jako tyto suvenýry mají fotografie z dovolené, fungují zároveň jako vzpomínka a důkaz, že jsme daná místa opravdu navštívili. *„Při zájezdu, ve kterém bylo turistovi slíbeno „třináct měst za sedm dní“ asi příliš času na jejich prohlídku nezbyvá. Turista pak potřebuje skutečný zhmotněný důkaz, že to vše viděl. Tím se stává, že v galerijním obchodě často stráví více času než*

*v galerii samotné. Někdy tak dlouho hledá, kdo by ho před Koloseem vyfotografoval, že pak už ani nemá čas na jeho prohlídku.*⁴⁹

Opět se dostáváme k rychlosti dnešního života, jeho prožívání a vnímání. Díky moderním dopravním prostředkům se můžeme velmi rychle dostat třeba na druhý konec světa, vzali jsme si však dovolenou, tedy máme omezené množství času. Na opravdové poznání navštíveného místa nemáme čas, chceme toho vidět co nejvíce, ale právě kvůli tomuto tempu opravdu neuvidíme (nebudeme vnímat) skoro nic. Proto kupujeme suvenýry (pořizujeme fotografie), aby nám alespoň nějaké vzpomínky zůstaly. Zajímavý je charakter těchto předmětů, zobrazované téma se liší v závislosti na místě, forma však zůstává stejná. Soška Michelangelova Davida nebo Eifelovy věže tak vypadají podobně, jako by pocházely od stejného autora (opět univerzální forma vyhovující většině). Forma totiž turistu v podstatě nezajímá, zajímá ho pouze zobrazovaný předmět. Témata suvenýrů se také v průběhu existence turistického ruchu ustálila na pár základních atributů, které mnohdy s danou zemí ani nesouvisí (vezměme si za příklad ruské matrišky prodávající se v Praze ve většině turistických obchodů). Abychom sehnali autentický výrobek od místních výrobců, musíme se dostat mimo turistické zóny, na což průměrný turista většinou nemá čas (nebo ho to ani nenapadne).

Suvenýr úzce souvisí s darovaným předmětem, suvenýry se často stávají dárky. Ať už posíláme pohlednice z dovolené, nebo vozíme svým blízkým „něco na památku“. Podle darovaného předmětu můžeme poznat mnoho o jeho darovateli i o vztahu, který mezi námi panuje. Na základě všech těchto poznatků se pak stane, nebo nestane darovaný předmět součástí našeho domova. Hraje zde roli, zda je vztah mezi darovatelem a námi blízký, zda se trefí darovatel do našeho vkusu, nebo zda tyto ohledy vůbec řešíme. Jako příklad zde uvedu svůj osobní zážitek. Vždy k Vánocům dostává každý člen naší rodiny dárek od prarodiny (sestry naší babičky), s tetou se skoro nevidáme a má úplně odlišný vkus. (Teta by mohla spadat do kategorie lidí, o kterých jsme si zvykli říkat, že vkus nemají.) Bývají to zpravidla dárky typu: Magnety na lednici s poučným textem a obrázkem přírody, např.: „V nouzi poznáš přítele.“, kalendáře různého typu, pro holku s kočičkami, pro kluky s koňmi, diáře různé velikosti a typu, veselé figurky na vystavení a jiné. Přestože tyto předměty skončí po Vánocích „kdoví kde“ (možná je chvíli přechováváme v šuplíku a pak se vyhodí),

⁴⁹ Kulka, T.: Umění a kýč. Torst, Praha 1994, str.141

máme vlastně dárky od „tety Milady“ všichni rádi a moc se těšíme na to překvapení, které nás potká při jejich rozbalování. Staly se součástí našeho štědrovečerního rituálu, užijeme si při jejich rozbalování spoustu legrace. Teta je příklad člověka, horlivého darovatele, který nesmí propásnout žádnou příležitost darovat někomu dárek. Dárky nakupuje velmi ráda v obchodech, kde můžete nejrozličnější předměty koupit za stejnou cenu („Vše za 39,-“) a je typickou konzumentkou (a také rozšiřovatelkou) kýče. Někdy mě napadá, zda dárky nejrozličnějším příbuzným kupuje proto, že jí to přináší radost, nebo proto, že má prostě pocit, že se to sluší.

V jiném směru se předmět může dokonce stát fetišem, například v případě smrti milované osoby získávají její pozůstatky hlubší, zvláštní charakter, stejně tak předměty, které někomu darovala. Podobné to může být s předměty z míst, které už neexistují (archeologie vykazuje hluboký lidský vztah k těmto zachovalým a památečným předmětům). Právě kvůli těmto ohledům, zda je předmět darovaný od někoho blízkého nebo s předmětem máme spojené vzpomínky, se stává součástí našeho domova. Umístujeme ho buď na nějaké viditelné místo, nebo si jej schováváme třeba do šuplíku. Proto i mnoho lidí „se vkusem“ si může vystavit ve svém domově nějaké předměty, které nemají daleko ke Kulkově charakteristice kýče.



Matriošky

4.2.2 Sběratelství

Velmi zajímavý vztah člověka a věci, pro mnoho lidí nepochopitelný, je mezi sběratelem a jeho sbírkou předmětů. Tohoto vztahu jsem se již trochu dotkla v souvislosti se suvenýrem. Člověk může sbírat opravdu cokoli od vzácných předmětů (známek, mincí, uměleckých předmětů a starožitností) po úplně zbytečnosti (krabičky od sirek, porcelánové sošky, pohlednice). Pro člověka-sběratele se věc stává mnohem hodnotnější než pro ostatní obyčejné uživatele této věci. Má pro něho jinou (větší), než obecně uznávanou hodnotu. Právě tento druh osobního fetišismu je jakýmsi protikladem k abstraktnímu fetišismu komodity-znaku. Sběratelé svoje věci neoceňují díky jejich užité nebo směnné hodnotě, ale díky osobnímu vztahu ke konkrétnímu artefaktu. Často ani tyto věci nemusí být nijak vizuálně přitažlivé, například množství obrazů s velkou sběratelskou hodnotou je méně esteticky příjemné než obrazy tuto hodnotu postrádající. Stejně tak ostatní předměty, které se mnohdy stávají součástí nějakých sbírek, jsou dokonce nějak poškozené, staré, zašlé, nefunkční a pro normálního člověka úplně zbytečné. Není to tedy užitek, ani estetická kvalita (ani směnná, když nepočítáme některé sběratele umění), co sběratele na daných předmětech zajímá. Je to osobním vztahem sběratele a jeho předmětu, který vzniká většinou nějakým specifickým významem, který se k předmětu váže. Může to být jeho historie nebo specifická událost, jeho jedinečnost, nebo stáří. Tento přístup vede k narativizaci předmětu, skrze konkrétní předmět se dostáváme do různých koutů světa, různých období či za různými lidmi. Právě předměty jsou totiž na rozdíl od lidí a ostatních živých bytostí nesmrtelnými účastníky celé lidské historie. Jejich životnost je opravdu velmi dlouhá naproti pár desítkám let, které trvá obyčejný lidský život. Právě každý lidský život je spojený s konkrétními předměty, které ho přežívají, s nimi přežívají i vzpomínky na zemřelého. Kdyby to tak nefungovalo, nemohla by nás nijak zajímat návštěva muzea, nebylo by pro nás těžké se zbavovat předmětů po našem blízkém zemřelém. Právě tuto narativizaci a osobní vztah k předmětu odráží dílo umělkyně Barbary Bloom. Výstavy jsou pojímány jako soukromé sbírky, každá sbírka je kolekcí jiných předmětů (soch, známek, barevných pigmentů, atd).

Tento vztah k předmětům, které si vlastně žijí svůj vlastní, dlouhý život a nesou v sobě pozůstatky událostí a osob, předměty oživuje. Spisovatel Tom Robinson se zabývá myšlenkou, co by se stalo, kdyby se předměty začaly pohybovat, co by si asi říkaly, kdyby mohly mluvit. Právě kvůli uživatelskému vztahu, který k předmětům v dnešní době chováme, povrchním vztahem k nim a jejich nahraditelností, se nejspíš Tom Robinson rozhodl zařadit neživé předměty mezi hlavní jednající postavy knihy. Lidská jistota v nepohyblivost předmětů, v to, že je najdou na stejném místě, kde je nechali, je v knize Hubené nohy a všechno ostatní, podlomena. „*Doufáme, že ano,*“ řekla Lastura. „*Slibili nám to. Nenastal snad správný čas k tomu, aby se neživé předměty – a rostliny a zvířata – začaly opět podílet na řízení světa? Jak dlouho ještě hodlá lidstvo tyto nedílné součásti celkové reality podceňovat?*“⁵⁰



Barbara Bloom: Commemorative stamps

⁵⁰ Robinson, T.: Hubené nohy a všechno ostatní, Argo, Praha 2007, str.90.

5. VĚCI A DESIGN

Mění se nějak charakter a pozice designu v současnosti naproti jeho postavení ve 20.století? Jaké jsou trendy bytového designu a jak mohou ovlivňovat vzhled našich domovů? Nechává nám současný design prostor pro vlastní kreativitu, co to je interaktivita designu a jak funguje?

5.1 Demokratizace současného designu

Do této chvíle jsme se zabývali pouze předměty, které slouží v první řadě k dekoraci našich domovů. Dekorací se stávají díky svému umístění (zavěsíme je na stěnu, postavíme na poličku nebo do vitríny), jedná se o předměty čistě „estetického“ rázu, nemají tedy jiné než dekorativní použití. Nyní bych se ráda dostala k odvětví bytového designu, tedy k předmětům, které v sobě spojují formu a funkci, nejsou pouze krásné, ale mají být především funkční, tedy sloužit svému účelu. Design je součástí umění, patří do kategorie tzv.užitého umění. Poslední dobou se stále větší počet lidí zajímá o design, je to díky větší cenové dostupnosti designových výrobků (Ikea), díky působení veletrhů (Designblok), přibývajícimu počtu časopisů zaměřujících se na design (příloha o designu a bydlení v rámci dámského časopisu Elle), v neposlední řadě je to také díky televizním pořadům o bydlení, kterých každoročně v televizi přibývá. Stoupající obliba designu souvisí také s jeho charakterem, který se v průběhu 21.století zásadně proměňuje. Marcus Fairs ve své knize Design 21.století považuje jednadvacáté století za dobu největšího designové skoku vůbec. Design už není pravověrným zastáncem myšlenek otců moderního designu, který se snažil o funkční logiku designových výrobků, jejichž forma následovala funkci. Vzpomeňme na design ovlivněný funkcionalismem a konstruktivismem, na Bauhaus, první školu designu vůbec. Modernistické vize designu bojovaly proti přezdobenosti a komplikovanosti architektury a nábytku řemeslné výroby. Toto očištění architektury a nábytku od jejich komplikovanosti a „zbytečného“ dekoru bylo samozřejmě logickým vývojem podmíněným nejen rozvíjející se strojovou výrobou a objevováním nových technologií a materiálů, ale i racionalizace myšlení vůbec. 21.století však přineslo mnoho změn. První je velký rozvoj technologií, zejména různých počítačových programů určených pro tvorbu designu, které sneslo mnoho nových nástrojů do rukou současných designérů. Ti už se

nemusí bát experimentovat, mohou realizovat tvary předmětů, které byly minulým generacím takřka nemyslitelné. Druhou změnou je internet, možnosti cestování a globalizace vůbec. Designéři různých kultur tak mají možnost spolupráce, získávání inspirace z různých konců světa, ale také rychlého objevování nových designérských počínů. Poslední změnou je již zmiňovaný všeobecný zájem o design, jeho větší přístupnost širokému publiku (masám), Marcus Fairs to nazývá „demokratizací designu“. Design se tak stává velmi různorodým komplexem tečícím inspiraci ze všech koutů světa, často se inspirující těmi nejbáznivějšími nápady z různých oblastí života kolem nás. Místo všeobecné racionalizace se prosazuje iracionalizace, namísto kon-formity přichází individualita: „Vedle toho představu „konformity“ (kdy se všichni oblékají stejně a „stát mimo dav“ se obecně pokládá za nežádoucí) vystřídalo „sebevyjádření“ – lidé v dnešní době využívají módy, vybavení interiéru a svého majetku k vysílání signálů o tom, kdo jsou a jaké jsou jejich cíle.“⁵¹ Designové výrobky již nemusí sledovat pouhou funkčnost předmětu, mohou si zahrávat s nesmyslem, mohou být neuvěřitelně dekorativní, mohou být pouhým osobním vyjádřením svého autora. Tím se stává design součástí obyčejného života každého z nás. Designovými výrobky se obklopujeme čím dál více, a to nejen v oblasti oblékání nebo elektroniky, ale samozřejmě také v protřetí našich domovů.

5.2 Design versus výtvarné umění

K největší expanzi designu v rámci obchodního průmyslu a módy došlo v devadesátých letech, od té doby se design stal neodmyslitelnou součástí našeho životního stylu. Design je všudypřítomný, přesto je vkusný a esteticky i umělecky hodnotný. Stalo se tak, že design supluje avantgardní umění (což není žádnou novinkou, děje se tak již od vzniku Bauhausu). Design je součást umění a v dnešní době nejoblíbenějším odvětvím umění vůbec. „V tomto ohledu se podívejme na vývoj Bauhausu, nejoslavovanější modernistické školy: pokud Bauhaus opravdu transformoval umění a řemesla, jak byla tradičně vyučována, pak to také umožnilo, jak tvrdí Baudrillard „praktické rozšíření systému směnné hodnoty na celou doménu znaků, forem a objektů“. To je jedna z verzí „špatného snu“ modernismu – že jeho utopické transformace uměleckých forem mohou být s rozvojem trhu kompenzovány

⁵¹ Fairs, M.: Design 21.století. Slovart, Praha 2007, str.10.

v módu a jiné komodity.“⁵² Stejně jako pop art, který je nejčastěji a stále znovu využíván v rámci designu a užitého umění (což je samozřejmě díky jeho zaměření na masovou kulturu a sériovost výroby logické), můžou se i jiné principy moderního umění proměnit ve znak užívaný dnešním designem, stát se součástí módního průmyslu, a tedy i konzumního života.

Kromě Bauhausu, který stál u zrodu moderního designu, bych zde v této souvislosti ráda zmínila umělce Michaela Ashera. Tento výtvarník byl tvůrcem tzv. site-specific děl, která se zabývají pozměněním nějakého konkrétního místa nebo prostoru. Jeho projekt v Pomona College Art Gallery v Claremontu, v Kalifornii (13.února – 8.března 1970) se zabývá právě proměnou samotného prostoru galerie. Asher vlastně stírá hranice mezi sochou a prostorem, do kterého se tradičně socha (objekt) umísťuje. Vytváří sochu přímo z prostoru, pozměňuje prostor tak, že když do něho vstoupíme, máme pocit, že jsme uvnitř nějaké minimalistické sochy. Stejně tak, jako se v site-specific objektech stírají dřívější rozdíly mezi architekturou a sochou, se v současném designu stírají rozdíly mezi sochou a designem. „*V tomto stavu převrácení se site-specific umění stává jakýmsi „okolním“ uměním a situační estetika vyvinutá umělci orientovanými na institucionální kritiku, jako je Michal Asher, transmutuje do jakéhosi druhu designové estetiky.*“⁵³ Současný design pracuje také s prostorem jako celkem, který koncipuje pomocí různých přepážek, oken a světelných efektů (stejně jako Asher prostor galerie) a doplňuje ho o různé dekorativní prvky, tapety, stylový nábytek a různobarevné dlaždice (tedy jakoby prvky sochařské a malířské, sochy a obrazy). S trochou nadsázky by se dalo říci, že takové ideální designové obydlí je vlastně galerií a vystavené sochy jsou různorodé designové objekty. Dílo Michala Ashera je pro mou práci ještě zajímavé z trochu jiného hlediska, které souvisí s prostupováním vnitřního a vnějšího prostoru (zmíněného například v souvislosti s dílem „Dům“ Rachel Whiteread). Asher totiž zrušil v rámci úpravy dveře do galerie a tím soukromý a vnitřní prostor galerie otevřel (zpřístupnil) veřejnosti na dvacet čtyři hodin denně. Tímto volným prostorem, kde bývaly dveře, vniká do prostoru světlo a z vnitřku galerie tento dokonale čtvercový prostor rámuje venkovní svět jako „obraz“ umístěný v galerii. Obrací tedy opět prostor vnější a

⁵² Umění po roce 1900, modernismus, antimodernismus, postmodernismus. Sloart, Praha 2007, str.603.

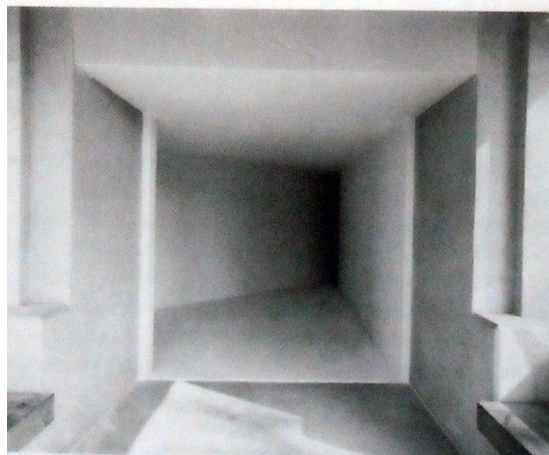
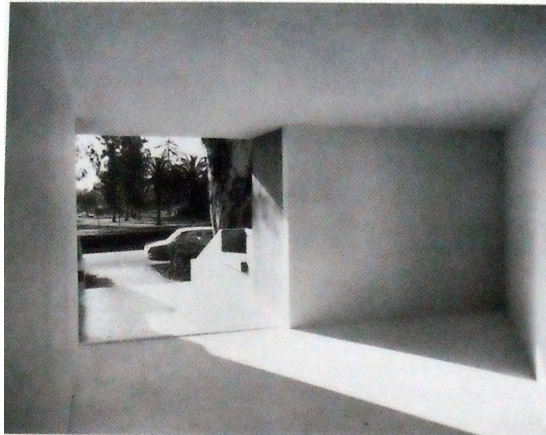
⁵³ Umění po roce 1900, modernismus, antimodernismus, postmodernismus. Sloart, Praha 2007, str.604.

vnitřní, soukromý a veřejný. Stejně jako v Asherově galerii se pohled ven a pohled dovnitř může stát součástí uměleckého díla, tak v moderní architektuře a bytovém designu právě střídají obrazy na zdech prosklené plochy rámující zajímavé venkovní scenérie (moře, les, oblohu, atd.). Vnější prostor se stává nedílnou součástí vnitřního prostoru takové moderní architektury, tedy vnější svět se uplatňuje v rámci světa vnitřního, pohled ven se stává součástí designové kompozice vnitřního prostoru bytu.

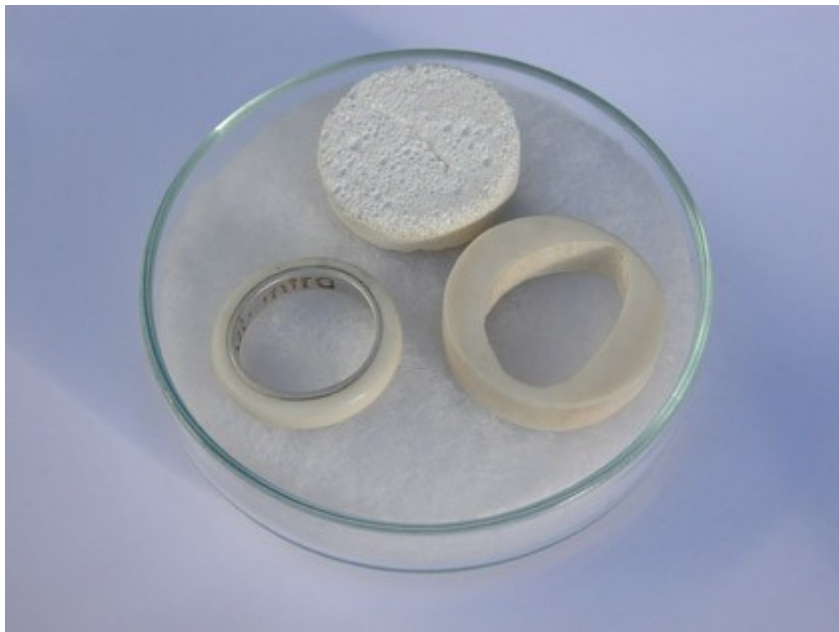
Marie Fulková v Diskurzu umění a vzdělávání píše: „*Současný design dává najevo svou schopnost vytvářet významy. V tomto ohledu je mnohem úspěšnější než tzv.volná tvorba. Věci vytvářejí příběhy, v nichž poznáváme sami sebe. Věci vytvářejí prostředí, v němž žijeme.*“⁵⁴ Současný design totiž necharakterizuje pouze směřování od umění k designu, ale i naopak. Spousta designových produktů obsahuje myšlenku, chce nám svým prostřednictvím něco sdělit a tím se přibližuje uměleckému dílu. Příkladem můžou být například Bio šperky Tobie Kerridge a Nikki Scott, kteří odebírají kostní buňky svobodnému páru, tyto buňky zasadí, aby z nich vyrostla kostní tkáň a poté z ní vyrobí snubní prstýnky. S výměnou prstýnku si novomanželský pár vlastně v pravém slova smyslu mění i sám sebe, tedy darují si vzájemně svou DNA. Designéři tím chtějí rozproudit debatu o geneticky modifikovaných potravinách a genetickém klonování vůbec. Jiným příkladem může být nepřeborné nožství různého recyklovaného designu, které upozorňuje na ekologickou problematiku současné lidské civilizace.

⁵⁴

Fulková, Marie: Diskurz umění a vzdělávání. H&H, Praha 2008, str. 117.



Michael Asher: Pomona College Project



Tobie Kerridge a Nikki Scott: Bio šperky

5.3 Trendy v současném designu

Jako v každém odvětví průmyslu, který je závislý na odbytu a poptávce zákazníků, tedy i v užitém umění, se vyskytují různé trendy a ty jsou více či méně proměnné v čase. Jaké jsou tedy trendy současného designu? První bychom mohli nazvat: „Vyber si styl, který tě zosobňuje.“ nebo „Všechno je dovoleno.“ Tento trend odráží dnešní pestrost nabídky designu, kdy není moderní jeden konkrétní designový styl (jako tomu bylo například v rámci secese, nebo funkcionalismu), ale může být v jistém smyslu moderní téměř vše. Tento fakt je samozřejmě dán dnešním postmoderním eklekticismem, kdy se jednotlivé trendy z minulosti vrací a všelijak navzájem kombinují (tento jev lze nejlépe pozorovat asi ve světě oděvního průmyslu). To, jakým způsobem si zařídíme domov, je tedy na nás, na našem vkusu, charakteru, požadavcích, stáří, vzdělání, zájmech, atd. Druhá tendence prostupuje dnešní design v závislosti na trendu ochrany přírody, spočívá tedy v recyklaci a znovuzpracování již použitých předmětů a materiálů. Tento trend se konkrétně týká používání přírodních a recyklovaných materiálů v designu, znovuzpracování starých kusů nábytku (většinou se jim vdechne nový život pomocí nějakého současného motivu), nebo výroby designu přímo z odpadků a věcí, které nepotřebujeme. Například příborník Scrapwood od designéra Piet Hein Eeka je ukázkou recyklovaného designu. Tento příborník je poskládaný z malých kousků již dříve použitého a znovu nalezeného dřeva. Dřevěné kousky ponechal designér v takovém stavu, v jakém je sesbíral. Každý kousek na sobě nese stopy historie v podobě opotřebování, zbytků laku nebo i drobného poškození. „*Piet Hein Eek je jedním z průkopníků nového trendu používání recyklovaných materiálů k výrobě nábytku. V Eekově případě nejde ani tak o otázky životního prostředí, jako spíše o docenění krásy materiálů – obzvláště vyřazeného dřeva - , které se jinak považují za odpad.*“⁵⁵ Další trend dnešního designu spočívá v jeho dekorativnosti. Designéři se vrací i díky novým technologiím k inspiraci přírodou a jejími motivy: „*Paradoxně tedy technologie ohlašují návrat k organickým tvarům a vzorům na úkor čistých minimalistických linií 20.století.*“⁵⁶ Je to logické, že si dnes designéři mohou dovolit mnohem složitější tvary i vzory designových výrobků, když mají k dispozici rozličné technologie, které usnadní dřívější náročnou

⁵⁵ Fairs, M.: Design 21.století. Slovart, Praha 2007, str.188.

⁵⁶ Fairs, M.: Design 21.století. slovart, Praha 2007, str.12.

řemeslnou práci. Z designových výrobků inspirovaných přírodními motivy uvedme například lampu Lily od dvojice designérů Jiri Evenhuis a Janne Kyttanen, kteří vystupují pod hlavičkou Freedom of Creation. Lily je vyrobena pomocí moderní techniky rychlého prototypování, jakéhosi trojrozměrného tisku. Tato technika byla vynalezena pro odvětví velkého průmyslu, nedávno se však začala používat i pro výrobu designových předmětů, umožňuje totiž zhotovení každého předmětu jako originálu. Současným designem jsou ale využívány i různé řemeslné techniky, lampa Bobbin Lace od designéra Nielse van Eijka kombinuje starou krajkařskou techniku z 15.století a materiály z optických vláken. Stínítko lampy je starou krajkařskou metodou vytvořeno ze skleněných vláken, slouží tedy zároveň jako světelný zdroj. Velmi trendy je také v současném designu použití různých barevných a vzorovaných tapet a potahů: „*Snad v reakci na omezující minimalismus aplikují designéři květinové, motýlí a další vzory zcela na vše od jídelních souprav přes tapety a potahy. Čas ukáže, zda půjde jen o chvilkovou zálibu, každopádně posedlost bílými, nijak nepřikrášlenými plochami je, zdá se, nadobro pryč.*“⁵⁷

Velkou měrou na svět bytových trendů působí švédská nábytkářská firma Ikea, ta zprostředkovává široké veřejnosti moderní, zejména bytový design tím, že je cenově dostupný téměř pro každého. Jako obrovský obchodní řetězec má možnost a prostředky spolupracovat se známými designéry a jejich produkty poté vyrábět ve větším množství nákladů, než je u ostatního designu běžné. Díky těmto podmínkám pak dosahují její produkty velmi přijatelné ceny. Například v roce 2005 přizvala skupinu designérů a dala jim za úkol vymyslet kusy nábytku, které budou zajímavé, módní, ale zároveň cenově přijatelné. Vznikla tak série nábytku „kolekce PS“ vyrobená především z recyklovaných materiálů. „*Vrcholný kus představuje židle PS Ellan od Chrise Martina. Cenově výhodné židle v plochem balení, vyrobené z kompozitního materiálu dřevěných vláken a pilin smíchaných s plastem, do sebe jednoduše zapadají a mají odnímatelné kolejničky, které jim unožňují fungovat i jako houpací křesla.*“⁵⁸ Ikea přispívá také k rychlému střídání módních trendů v nábytkářském odvětví, ostatní zaběhlé designové firmy s nábytkem se musí snažit být stále o krok napřed, jelikož jim Ikea tzv. „šlape na paty“. Dění ve světě designu se tak přibližuje velmi rychlému pohybu ve světě módy. „*Fenomenální úspěch*

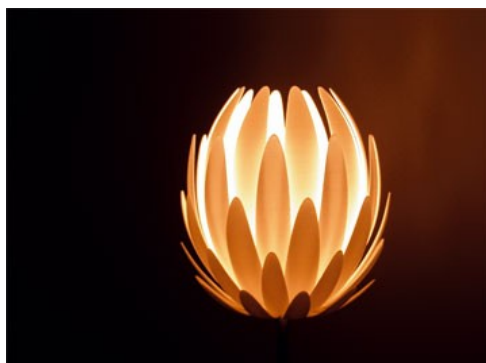
⁵⁷ Fairs, M.: Design 21.století, Slovart, Praha 2007, str.12.

⁵⁸ Fairs, M.: Design 21.století. Slovart, Praha 2007, str.140.

švédského giganta IKEA, který prodává nábytek za extrémně nízké ceny, nastavil laťku a přinutil tradiční značky permanentně se zdokonalovat, aby udržely tempo. “⁵⁹



Piet Hein Eek: Scrapwood



Freedom of Creation: Lampa Lily



Nielse van Eijka : Lampa Bobbin Lace

⁵⁹ Fairs, Markus: Design 21.století. Slovart, Praha 2007, str.132.

5.3.1 Interiér na míru aneb jak se staví sen

S pronikáním dekorativnosti a zdobenosti do současného designu ubývá v rámci vybavení bytu předmětů s funkcí pouze dekorativní (tedy různých sošek, obrazů, atd.). Můžeme pozorovat, že současné designové předměty (svítidla, nábytek, tapety) nemají především funkční charakter, jak tomu bylo téměř celé 20. století, ale svou dekorativností se čím dál více přibližují estetickým objektům, uměleckým dílům. Důležitý je zejména jejich osobitý vzhled, který se složitě kombinuje s jinými doplňky. Další aspekt ovlivňující úbytek ozdobných předmětů je pojetí prostoru v současném designu, které už jsem zmínila v souvislosti s tvorbou Michaela Ashera. V dnešním interiérovém designu se přistupuje ke koncepci prostoru pomocí barev a světla, interiér se skládá z prosklených a volných prostor a obsahuje co nejméně stěn, tedy co nejméně míst vhodných k pověšení obrazů nebo umístění nějakých těch zbytečností. Když už se tedy rozhodneme umístit nějaký „obraz“ do našeho designového obydlí, budeme většinou vybírat podle velikosti a barevnosti prostoru, nábytku a designových předmětů. Obraz se ale tak stane jen dalším designovým prvkem, doplňkem interiéru, jako je tapeta nebo samotná výmalba. Sehnat takový dekorativní prvek není těžké, mnohdy jej můžeme koupit v rámci sortimentu obchodního domu s nábytkem, kde je k mání v různých velikostech a barvách. Ale náš vztah k takovému objektu je pak velmi chladný, nenese žádné osobní zaujetí ani vzpomínky. Budeme to vlastně podobné, jako když si necháme navrhnout interiér našeho bytu designérem, který obstará vše od koncepce samotného prostoru po drobnější doplňky. Kde pak ale bude zbývat místo pro naše osobní „zbytečnosti“ (vzpomínky z dovolené, fotografie, plakáty, obrázky, atd.)? A můžeme si to vůbec dovolit, porušit ucelený designový prostor nějakým naším konceptem?

V současné době je velmi aktuální trend „interiérů na míru“ zejména díky množství různých pořadů, které tuto tematiku zpracovávají. Pořady typu „Jak se taví sen“ umožňují každému nechat si zařídit interiér, kompletně navržený skupinou designérů. „Demokratizací“ designu se tedy tento trend dostává mezi nejširší vrstvu společnosti. Objednat si designéra, který kompletně na míru zařídí celý interiér, samozřejmě není nejlevnější záležitostí, ale právě díky existenci různých televizních pořadů a se můžeme při koncepci vlastního interiéru alespoň nechat inspirovat. Obchodní dům Ikea nás provede různými typy interiérů, ze kterých si můžeme poskládat interiér

vlastní. Všechny věci potřebné v domácnosti seženeme na jednom místě, od nábytku přes koberec a kuchyňské vybavení, až k již zmíněným dekoracím. To je velmi pohodlný způsob nakupování, typický pro dnešní společnost, která má na všechno velmi málo času. Díky své pohodlnosti rádi využijeme možnost nakoupit celé vybavení na jednom místě, i přesto že to třeba bude znamenat ústupky naší původní představě. Ať už byt postavený na míru nebo koupený podle nějakého vzoru může být sice designově vypracovaný a umělecky dokonalý, přesto se nám v něm nemusí pohodlně bydlet. Opravdovou atmosféru domova vytváří domov sestavený z věcí, kterými jsme rádi obklopeni, jsou to věci, které máme spojené s určitými událostmi, máme k nim osobní vztah, jsou vyjádřením naší osobnosti nebo jsme si je dlouho přáli a museli vyvinout úsilí k jejich získání. Všechny tyto vlastnosti však dokonalý interiér sestavený na míru skupinou designéru nemusí obsahovat. Zejména v případě již zmíněných televizních pořadů, kde má majitel bytu velmi malou možnost průběh přestavby nějak ovlivnit.

Navrhování interiérů na míru není zdaleka věcí novou. Podívejme se na statě o bydlení, které psal Adolf Loos na začátku 20. století a které se staví kritickým způsobem k tomuto životnímu stylu. Adolf Loos se zmiňuje o tom, že svůj domov (byt) bychom si měli zařídit a vybavit sami. „*Váš domov splyne s vámi a vy splynete s ním. Neobávejte se, že váš byt bude nevkusný. O vkusu lze se vždy přít. Kdo vlastně rozhoduje, kdo má pravdu? Pro svůj byt máte vždy pravdu* vy.“⁶⁰ Jak vidíme, Loos oceňuje osobní přístup ke koncepci bytu a ne podléhání módním trendům a zařizování si bytu podle toho, co designéři označují za vkusné. Loos staví autenticitu nad design, tvrdí, že se budeme cítit dobře v takovém bytě, který si zařídíme podle své vůle a vkusu a ne podle představ nějakého designéra. Názorně tento svůj názor ztvárnil ve statí jménem Povídka o ubohém boháči. Boháč si nechá od umělce-designéra kompletně navrhnout a realizovat byt, vše má dokonale sladěné a dovedené do dokonalosti, každý detail a doplněk. „*Každý pokoj tvořil uzavřenou symfonii barev. Stěny, nábytek a látky byly sladěny nejrafinovanějším způsobem. Každý předmět měl své určité místo a byl spojen s ostatními v nejskvostnější kombinaci.*“⁶¹ Zdálo by se, že boháč nemůže být spokojenější, protože vlastní byt toho nejdokonalejšího designu. Dále se ale dočteme, jaká úskalí tento dokonalý design nesl. „*Vzal-li jakýkoliv*

⁶⁰ Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str. 37.

⁶¹ Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str. 16.

*předmět do ruky, měl velmi co činit, aby vyhledat staré místo, a někdy musel architekt rozvinout detailní nákresy, aby bohatému muži znovu objevil to pravé místo pro karbičku sirek.*⁶² Velký problém také představovaly jakékoliv dary, nebo jiné dekorativní a vzpomínkové předměty, zejména obrazy, které si chtěl do nového bytu boháč umístit. *„Pak jen ho zkuste někde pověsit! Což nevidíte, že už pro něj není místa? Nevidíte, že jsem pro každý obraz, který jsem vám sem pověsil, komponoval rám na stěně nebo ve zdi?“*⁶³ Tento dokonalý interiér, který nemohl být ničím narušen ani pozměněn, vedl boháče k tomu, že se uvnitř interiéru, tedy u sebe doma, začal cítit nepohodlně a netrávil doma mnoho času. *„Kdo by mu chtěl zazlívát, že čerpal posilnění z námah, kterých vyžadoval jeho byt, v kavárnách, restauracích nebo u přátel a známých? Představoval si všechno trochu jinak. Umění-to se ví-musí člověk přinášet oběti.“*⁶⁴

Adolf Loos byl průkopníkem moderní architektury a designu vůbec. Zbrojil proti přezdobenosti secesních staveb, velmi známá je zejména jeho esej Ornament a zločin, která ho asi nejvíce proslavila. Prosazoval funkční přístup k interiéru i exteriéru, bojoval za odstranění všeho, co nemá na budově racionální odůvodnění. Mnoho jeho staveb se setkalo s obecným odsouzením, například obchodnímu domu Goldman a Salatsch na Michalském náměstí ve Vídni lidé přezdívali „dekl od kanálu“ kvůli jednoduchosti a rozmístění oken. Přesto své interiéry, například interiér Müllerovy vily, vybavil nejen funkčním nábytkem, ale zkombinoval moderní funkcionalismus s klasicizujícím anglickým stylem. Holdoval ušlechtilým materiálům, jako je kůže a mramor a neváhal svérázně kombinovat funkční modernu s klasikou a kvalitou materiálů. Na jednu stranu psal Loos statě zbrojící proti celkové designové koncepci interiérů, na druhou stranu se tomuto odvětví sám věnoval. Když si ale pozorně prohlédneme interiér Müllerovy vily, tak uvidíme, že Loos zařídil interiér velmi přirozeně. Asi by nám jako budoucím obyvatelům domu nedělalo problém pověsit si do něj nějaké své obrazy nebo umístit vlastní předměty. *„Obydlí nesmí být nikdy hotové. Je člověk po stránce fyzické a duševní někdy utvořen, ukončen? (...) Mám naopak rád, když lidé představují nábytek podle toho, jak oni (ne já) potřebují a je zcela přirozené a schvalují to, když si tam pověsí své staré obrazy, které mají rádi, upomínky, ať je to vkusné nebo nevkusné. Na tom přece mně málo záleží. Ale pro ně je*

⁶² Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str. 18.

⁶³ Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str. 20.

⁶⁴ Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str. 19.

to kus pohnutlivého života a důvěrné intimity.“⁶⁵

⁶⁵ Loos, Adolf: Řeči do prázdna. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, str.162.



Jak se staví sen



Ikea



Adolf Loos: Interiér Müllerovy vily

5.4 Interaktivita nebo interpasivita mezi designem a jeho uživatelem?

Samostatný přístup uživatele ke koncepci svého bytu, volné nakládání uživatele s designem, možnost jeho přetváření, všechny tyto přístupy bychom mohli nazvat interaktivitou mezi designem a jeho uživatelem. Tato interaktivita designu byla možná snem Adolfa Losse, dnes se však může stát skutečností. Dřívější postoj architekta-designéra z Loosovi statě, tedy jeho přístup k designu jako nedotknutelnému výtvaru designéra-umělce, se v dnešním přístupu v designu proměňuje. Mnoho designérů vymýšlí objekty tak, aby ponechaly uživateli volnou ruku. Uživatel může obměňovat jejich tvar, barvu, nebo dokonce jejich účel. Například svítidlo „Wednesday“ designéra Torda Boontjeho se prodává v plochém balení a zákazník si jej musí sám doma nainstalovat, tedy dát mu jeho finální tvar a podobu. Boontje, tak právě zahrnuje uživatele do samotného procesu designování. Dalším skvělým počinem je designový výrobek „Cloud“ od Ronana a Erwana Bouroulleců. Záměrně používám slovo výrobek, jelikož tento předmět má různorodé využití a je právě na jeho uživateli, jakým způsobem ho použije a co z něho tímto užitím vytvoří, zda třeba poličku nebo přepážku. Lehké, ale objemné moduly Cloud se také dají různorodě skládat na sebe a tím opět přetvářet svojí podobu, uzpůsobují se uživatelským potřebám.

V řetězci Ikea je spousta druhů nábytku k dostání v různých barvách a modelech, zákazník tak může trochu uplatnit svou kreativitu a zařídit si interiér v libovolné barvě, různé kusy nábytku libovolně kombinovat, atd. V rámci sortimentu tohoto obchodního domu se také objevují různé předměty, které jdou nějakým způsobem dotvářet. Takovým příkladem je papírová kulatá lampa bílé barvy přímo určená k obarvení papírové plochy samotným uživatelem. Tyto výrobky jsou určeny především dětem, pro které Ikea vyrábí speciální řady nábytku a věnuje jim v rámci svého sortimentu velkou pozornost. Důvodem proč zde ale mluvím znovu o řetězci Ikea je způsob distribuce jejich produktů v plochých papírových krabicích. Zákazník sám vybere ve skladu kus nábytku v papírové krabici, který si poté musí doma sám složit. Právě fakt, že se uživatel podílí na sestavení nábytku je firmou prezentován jako velká výhoda, která také přispívá k nízké ceně jejího zboží. Zapřemýšlejme o způsobu interaktivity, který nám Ikea předkládá, jedná se o interaktivitu, která dává uživateli opravdový prostor? Ano, uživatel si nábytek musí sám sestavit, nábytek se ale podobá spíše stavebnici. Všechny hřebíky, matky a šrouby máme přiložené

k nábytku a dokonce jsou v nábytku předchystané (vyvrtané) díry pro každou součástku. Produkt také provází velmi podrobný plánec a postup složení. Možná bych si dovolila tvrdit, že složit stavebnici Lego je komplikovanější než složit poličku z Ikea. Zajímavé je také srovnat jakým způsobem se na vybavení svých domovů podílíme dnes a jak tomu bylo v minulosti. Dříve bylo pro většinu domácností samozřejmostí vyrobit si některé kusy nábytku vlastnoručně, v současnosti si kusy nábytku z Ikea doma také sami vyrábíme, tedy vlastně...sestavujeme. Právě tento druh řízené interaktivity bych nazvala spíše takovou „interpasivitou“. Uživatel sice musí vynaložit nějaké úsilí, ale jen v určité míře, která nepřekročí jeho pohodlnost. Interaktivita tedy probíhá zdánlivě z vůle uživatele, ve skutečnosti je řízena neviditelnou rukou produktu. Nedal by se tento konkrétní případ vztáhnout i k celkovému údělu jedince v dnešní konzumní společnosti?

Ikea je blízka velkému množství uživatelů i díky svému typickému „severskému“ vzhledu nábytku. Sama firma tento styl na svých stránkách popisuje jako kombinaci švédského lidového stylu s modernismem a funkcionalismem a vyzdvihuje odolnost tohoto stylu vůči dobovým trendům. Styl Ikea tedy čerpá nejen z tradiční severské nábytkářské kultury, ale také ze základních myšlenek moderního designu propagovaných zejména Bauhausem. Vyrábí nábytek většinou jednoduchého vzhledu s velkým ohledem na jeho funkčnost. Když říkáme funkčnost, neznamená to bohužel trvalost. Zákazník většinou musí počítat s tím, že za nízkou cenu sice pořídí nábytek přitažlivého designu a funkčního charakteru, ale nebude ho provázet do konce života. Díky použití levnějších a recyklovaných materiálů a jeho skladnosti je sice produkt cenově dostupný, na druhou stranu nám bude sloužit jen pár let a pak se opotřebuje nebo zničí. Nábytek Ikea tak nikdy nemůže získat stejnou historickou hodnotu jako poctivá řemeslná práce, nést otisk historie z dob našich babiček, které můžeme pozorovat u starých, ale stále funkčních skříní, stolů, židlí z minulého století. Tento starý nábytek je vyroben z kvalitních materiálů a většinou ruční řemeslnou prací, přes svou trvalost se však často ocitá v bazarech s nábytkem, kontejnerech a na smetištích. Stává se tak díky stále přetrvávajícímu trendu 20.století upřednostňujícímu moderní nábytek na úkor staré klasiky. Situace se však v současnosti mění. Design 21.století naopak začíná znovu oceňovat kvalitu řemeslné práce před extra originálním designem a kvalitu použitých materiálů před cenou. Takovým příkladem může být nábytek Smoke od Maartena Baase. Tento mladý holandský designér používá již

existující nábytek ke své tvorbě místo vytváření vlastního nového nábytku. Staré kusy upravuje pomocí plamenometu, kterým je opaluje. Mění tak zaběhlé stereotypy designové krásy, dává najevo, že mu nábytek nějak poznamenaný historií přijde mnohem krásnější a zajímavější, než nábytek nový. „ (...) Baas rozvrací dosavadní představu krásy. Věřící, že předměty, které mají historii, patinu nebo nesou stopy jedinečného lidského zásahu, jsou nohem zajímavější než navlas stejné bezchybné předměty z výrobní linky.“⁶⁶ Právě tyto přístupy k znovupoužití starého nábytku, ale i jiných starých a nepotřebných předmětů, způsoby jejich přetváření nás mohou inspirovat k vlastní kreativě, k interakci mezi naším starým nábytkem (starými věcmi) a námi, ke způsobu jejich opětovného využití.

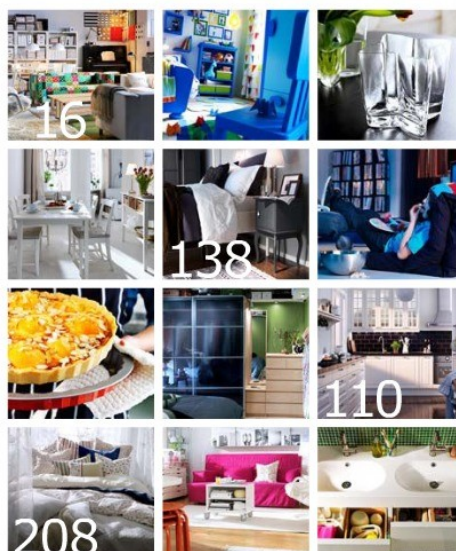


Maarten Baas: Smoke

⁶⁶ Fairs, Markus: Design 21.století. Slovart, Praha 2007, str.151.



Ronan a Erwan Bouroullec: Cloud



Katalog Ikea

5.4.1 Domácí umění

Krásným příkladem znovupoužití starých a nepotřebných věcí, ale také interaktivity ve smyslu tvůrčího ozvláštnění našich příbytků, může být tzv. Domácí umění. Jedná se o předměty vytvořené amatéry s primární dekorační funkcí. Tyto předměty mohou být z různorodých materiálů, dřeva, kovu, ale i umělé hmoty, prostě z materiálů lehce dostupných. Mnohdy se jedná o přetvoření již existujících výrobků nebo znovuvyužití některých předmětů a jejich částí. Tato lidová produkce vznikající zejména v průběhu 50.-80.let 20.století v mnoha domácnostech byla dlouhou dobu opomíjena. Přesto nám jsou tyto produkty velmi blízké a známé. Jsou to mimo jiné například postavičky ze zátek od piva, nástěnné figurativní dekorace z drátů, malované obrázky na neopracovaných kusech úzkých polen, atd. Tématem Domácího umění se většinou stávají oblíbené zobrazovací stereotypy určené k dekoraci: roztomilá zvířátka, krásné, většinou nahé ženy, symboly různých svátků (čert, mikuláš, velikonoční zajíc) a symboly štěstí (kotva, čtyřlístek). Mnohdy se zobrazovaným předmětem stávají náměty ze života tvůrce, tedy lovecké, rybářské nebo zahradnické. Téměř v každém domově, na chatě nebo na každé půdě se dříve vyskytoval nějaký artefakt domácího umění vzniklý spontánně z přirozené lidské potřeby tvořit něco krásného. Tato lidová potřeba, mohli bychom ji nazvat také například amatérským uměním nebo kutilstvím, byla ještě podpořena situací v oblasti bytového designu a bytových doplňků v období komunismu. Mluvím teď zejména o české produkci domácího umění. Nejen oblast bytového designu, ale průmysl obecně se v období komunismu vyznačoval velkou uniforitou svých výrobků. Takovou ikonou komunistické produkce by mohl bezpochyby být panelový dům s neskutečným množstvím bytů stejného provedení, vybavení a vzhledu. Tento interiér se nedal oživit ani nějakým zajímavým nábytkem nebo doplňky, jediné místo, kde se dal sehnat nějaký nonkonformní zahraniční zajímavý produkt, byl obchodní dům Tuzex, pro mnoho lidí cenově nedosažitelný. Nezbyvalo než se dát cestou vlastní produkce a to nejen v odvětví nábytku a světa módy. Domácí umění se tak stalo oblíbenou kratochvílí mnoha lidí, nejen z touhy po tom zkrášlit svůj příbytek, ale také jako způsob využití volného času, který se zdaleka nedal vyplnit tolika lákavými možnostmi, jaké máme v dnešní době. Přesto ještě domácí kutilové v dnešní společnosti přežívají, jedná se ale většinou o lidi staršího věkového průměru, mladá generace už preferuje zakoupení hotových produktů.

Předměty domácí produkce dokáží velmi dobře charakterizovat nejen dobu a kulturu společnosti, ve které vznikly, ale i osobní vkus jejich tvůrce. Kvůli tomu, že bylo domácí umění veřejností i odborníky takovou dobu opomíjeno, vzniklo občanské sdružení Domácí umění, které se zabývá shromažďováním, opravováním a vystavováním této nezpochybnitelné součásti dobové kultury. „Výchozí myšlenkou, ze které se zrodilo občanské sdružení DOMÁCÍ UMĚNÍ, bylo konstatování, že každý z nás je vlastně v jistém směru tvůrcem, a to z hlediska utváření svého soukromého prostředí včetně zevnějšku. Lišíme se jen mírou uplatnění své individuality. Rozpon této spontánní výtvarné aktivity může být pojímán velmi široce a zahrnovat subjektivně vypjatý projev insitního umění, různé formy kutilství, ať ambiciózního či kompenzačního charakteru, až po pokleslou formu kýče, ale také prostý výběr a uspořádání předmětů v naší bezprostřední blízkosti.“⁶⁷ Domácí umění svým charakterem může souviset s naším osobním vkusem, s pojetím a podobou kýče, se vztahem člověka k vlastněnému artefaktu, v neposlední řadě také se zálibou ve sbírání různorodých nepotřebností. Co ale spatřuji na Domácím umění tak kouzelného je opravdovost s jakou ho je původce tvořil a nepřijde mi vůbec důležité, že se může vizuálně blížit charakteristice kýče. Není originální autentický výtvarný projev interakce a kreativity v našem přístupu k bydlení spíše než dokonale designově sladěný byt z Ikea?



Domácí umění

⁶⁷ <http://www.domaciumeni.cz/index.php>

VÝTVARNÁ ČÁST

1. Východiska výtvarné části

Vycházela jsem ze své předchozí výtvarné tvorby, na kterou jsem navázala zejména barevností a také geometrickou formou. Moje předchozí tvorba se zakládala na práci s trojrozměrnou architekturou, kterou jsem převáděla do dvojrozměrného rozměru malby. Tyto malby jsou vlastně geometrické kompozice inspirované se архитектурou a to архитектурou portugalskou, kde jsem strávila půl roku svých studií. Po návratu zpět do Prahy jsem už nebyla dále obklopována touto typicky jižanskou архитектурou jednoduchých a geometrických tvarů, tedy ani dále inspirována, a proto jsem ve své tvorbě ustala. Také se zde objevil problém, kam by dál moje tvorba měla směřovat, jak se vyvíjet. Mohla bych namalovat nespočet dalších obrazů na podobném principu, ale jaký by to mělo smysl?

Začala jsem se zajímat o vztah současného designu a volného výtvarného umění, také o vztah designu a jeho současného uživatele. Uvědomila jsem si, že pro mnoho lidí je současný design mnohem přístupnější než současné umění, mnohokrát právě tento design vlastně výtvarné umění supluje. Současný uživatel spíše investuje do nějakého designového předmětu, než například do současné malby. Také mě zajímala interaktivita, neboli osobní aktivní přístup k současnému designu. Myslím tím například nábytek Ikea, který přímo nutí uživatele k aktivitě, musí si ho sám složit, což mu ale zaručuje nižší cenu tohoto nábytku. Dále jsem sledovala směřování některých výtvarných děl směrem k designu a také naopak směřování designu směrem k výtvarnému umění. Zajímala mě tzv. demokratizace designu, díky které se design stává mnohem přístupnější pro běžného současného uživatele než tomu bývalo dříve. Demokratizace, ale také určitá míra módnosti daná existencí pořadů o bydlení a množstvím různých designových časopisů se podílí na tom, že o design jeví zájem stále více lidí. Zaměřila jsem se zejména na bytový design a kulturu našeho bydlení celkově, tedy jakými předměty máme tendenci se obklopovat a proč. Tuto problematiku a další vlivy, které s ní souvisejí jsem podrobněji rozebrala v teoretické části své diplomové práce.



Geometrické kompozice, Portugalsko

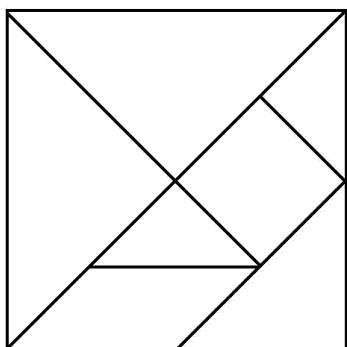
1.1 Realizace výtvarné části

Prvotní myšlenka mého projektu byla vytvořit objekt/obraz na hranici výtvarného díla a designového doplňku interiéru. Když říkám designový doplněk, mám zejména na mysli dekorativní doplňky interiéru, například z obchodního domu Ikea, kde si právě podle interiéru a vybavení svého bytu můžeme vybrat obrazy různého typu a barevnosti. Já jsem měla v úmyslu vytvořit nějaký „univerzální obraz/doplněk“, který by se dal případně umístit do každého interiéru a vhodně jej mohl doplnit. Jako formu tohoto obrazu jsem proto zvolila sedmidílnou skládačku, kterou je možno složit do libovolného tvaru, ale také použít každou část zvlášť jako samostatný obraz nebo z této skládačky udělat například obrazy dva, tři. Z tohoto důvodu je také každý díl obrazu trochu jinak velký, aby se dal umístit do různě velkých prostor. Barevnost, aby mohla fungovat univerzálně, jsem se snažila vyřešit tím, že je obraz oboustranný, z jedné strany barevný a z druhé strany v odstínech černé, bílé a šedé. Obrazů by pak mohlo existovat více variant (minimálně dvě), kdy by se střídala barevná strana obrazu v různých barevných škálách (studené a teplé). Tato variabilita mého obrazu, která na jednu stranu slouží jeho univerzalitě, na stranu druhou ztěžuje jinak jednoduchý úkol běžného uživatele. Uživatel musí začít přemýšlet o způsobu poskládání obrazu a jeho složení do interiéru, musí vyvinout aktivitu, která není u obvyklých obrazů běžná. Obraz se tím blíží svým charakterem spíše než dekorativnímu doplňku Ikea nábytku, který si musí sám složit.

Problém během mé tvorby nastal, když jsem se opravdu začala snažit vytvořit obraz po všech stranách co nejuniverzálnější, tedy zvolit co nejuniverzálnější barvy, tvary a námět. Ale co je to vlastně ta univerzalita? Tento záměr jsem nakonec zavrhla, jelikož se jevil jako nesplnitelný. Do obrazu, který namaluji, dám vždy kus sebe sama, svého přístupu a vkusu a od tohoto autorského přístupu jsem se nemohla a ani nechtěla odpoutat. Naopak jsem se rozhodla tuto skutečnost přiznat, postavit ji do protikladu k pouhým továrním produktům/ doplňkům. Můj objekt tedy není ani zdaleka univerzální, i když je velmi variabilní a skýtá uživateli mnoho různých podob. Variabilita mého obrazu má ale i svá omezení, je dáno oboustranností obrazu, kdy může vnímatel vždy vidět jen polovinu možností a z těch vybírat, vždy se musí rozhodnout pro jednu nebo druhou stranu každé z částí. Obraz, jak už jsem zmínila, vychází z mé předchozí tvorby svým geometrickým charakterem a zvolenou

barevností. Narozdíl od předchozí tvorby jsem ale zvolila jiný způsob malby, razantnější a neupravenější. Tento způsob malby se má také stavět proti hladké uniformitě obrazů/prefabrikátů. Obraz tedy nemá být jakousi kopií těchto prefabrikovaných doplňků, naopak má jejich charakter porušovat. Porušuje je tím, že nutí uživatele k aktivní spolupráci, ale také tím, že jeví známky volného umění. Měl by tedy opravdu stát na hranici mezi designovým doplňkem a umělecky svébytným dílem.

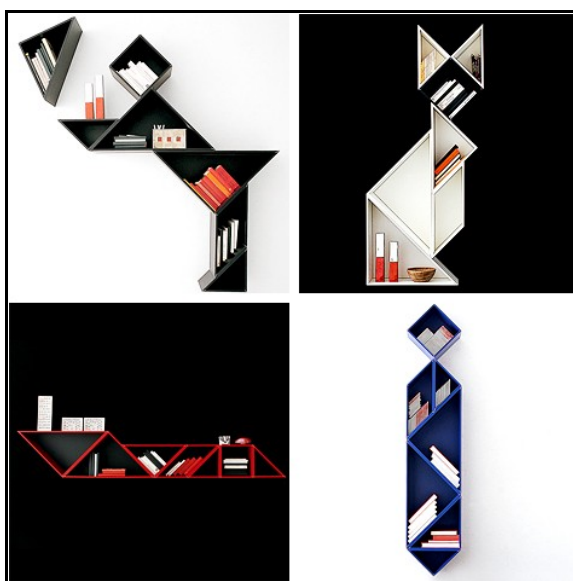
Dalším problémem, který jsem řešila, byl tvar obrazu a jeho námět. Na obrazu nesměl být žádný figurativní motiv, leda by se dal různorodým způsobem obměňovat. Při vytváření obrazu jsem proto nejdříve řešila formu obrazu a z té jsem se rozhodla vycházet i co se týče následné malby. Přemýšlela jsem, jaká skládačka by to měla být, z kolika jakých tvarů sestávat. Po dlouhých úvahách jsem jako inspiraci zvolila starou čínskou skládačku Tangram. Tangram není pouhou skládačkou, ale také hlavolamem. Je velmi výhodný pro mé dílo tím, že se dá podle některých teorií složit do nekonečně mnoha možností. Vychází z jednoho možného rozdělení čtverce na sedm částí. Výchozí bod mého obrazu je tedy čtverec, stereotypně pojmámý nejideálnější tvar pro obraz. Forma je tedy geometrického charakteru, ale z jejích sedmi částí se ale dá složit bezpočet figurativních námětů (kočka, pes, loď, atd.). Tuto geometrickou formu jsem se snažila malbou nějakým způsobem porušovat. Zvolila jsem abstraktní malbu, která funguje opravdu jen na principu kopírování a porušování sedmi geometrických částí obrazu. Malba má tedy základní kompozici na čtverci složeném ze sedmi částí, nebo-li malovala jsem na všech sedm částí dohromady, které byly složené do čtverce. Tuto základní podobu může uživatel spozorovat jen při složení všech sedmi částí příslušné strany do čtverce, jinak ji nezná. Malba je vyřešena tak, aby mohla každá část fungovat jako samostatný obraz, nebo se daly složit jen některé části dohromady. Jedná se o sedm částí těchto tvarů: jeden čtverec, dva velké trojúhelníky, dva malé trojúhelníky, jeden střední trojúhelník a jeden lichoběžník. Trojúhelník je neobvyklý formát pro obraz, ale jedná se vždy o rovnostranné trojúhelníky, jejichž složením vznikne čtverec. (Zjistila jsem, že nejsem sama koho napadlo využít tangram jako formu pro designový objekt. Na internetu jsem našla Tangram poličku, která je samozřejmě velmi variabilní.)



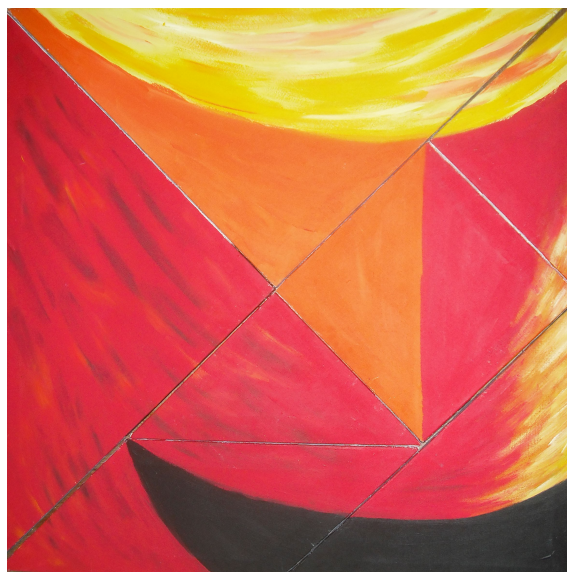
Hlavlami Tangram



Tangram zvířata



Polička Tangram



Dvě strany jednoho obrazu tangramu, výchozí podoba

1.2 Instalace výtvarné části

Prvotním krokem byla tedy realizace samotného obrazu. Druhým krokem bylo zapůjčení obrazu několika lidem do jejich domovů, aby si obraz složili vzhledem k jejich konkrétnímu interiéru. Zprvu jsem opravdu chtěla sledovat pouze vztah mezi volným uměním a designem a přimět dnešního, většinou velmi pasivního uživatele k aktivitě. Tedy k aktivnímu podílení se na dekoraci jeho interiéru, ale vlastně i na podobě samotného objektu, protože výslednou podobu dá obrazu až on sám, protože objekt se stává fungujícím výtvarným objektem až ve fázi konkrétní instalace. Jelikož obraz nutí uživatele přemýšlet o své podobě a umístění, chtěla jsem i jistým způsobem podpořit uživatelské vnímání domova a objektů v něm se nacházejících. Také jsem samozřejmě chtěla vědět, jak může můj obraz fungovat v konkrétních realizacích. To byl tedy můj původní záměr. Na interaktivním objektu je ale krásné, že člověk nemůže moc dobře ovlivnit další vývoj objektu právě ve fázi interaktivity mezi ním a jeho uživatelem, interaktivní objekt vlastně začne žít svým životem. Jednotlivé realizace začaly odkrývat další rozměry mého konceptu. Počítala jsem s tím, že se díky tomuto projektu dostanu do konkrétních domovů různých lidí a budu moci sledovat kulturu jejich bydlení, netušila jsem však, že samotná práce a zacházení s mým objektem, jeho skládání a umísťování do interiéru, vypoví tolik o jeho aktuálních uživateli. Zejména je velmi dobře charakterizuje tím, jak k celému projektu přistoupili, jak objekt složili, kam ho umístili a také jak obraz vyfotili. Můj výtvarný projekt se tak postupně víc a víc prolínal s mojí prací teoretickou. Možná jsem také díky přemýšlení o svém tématu a studiu různorodé literatury dokázala odkrývat jednotlivé vztahy mezi člověkem a věcí, které v rámci těchto instalací probíhaly. Pokusím se popsat, jak jednotlivé realizace mého objektu probíhaly, jak vypadaly různé typy domovů, jaké přístupy k mému projektu byly zvoleny.

Můj projekt neměl být žádným sociologickým průzkumem, nevolila jsem tedy jednotlivé uživatele podle nějakého speciálního klíče, pouze jsem oslovila několik lidí a podle jejich časových možností a ochoty jsem jim pak půjčovala svůj obraz. Přesto se jednalo o tři partnerské páry (přátele, známé) lidí, kteří jsou přibližně mého věku a stojí vlastně na prahu společného života. Tento fakt může samozřejmě jejich vztah k domovu a přístup k bydlení ovlivňovat. Součástí každého zapůjčení obrazu byla moje návštěva v jejich bytě, kam bych se možná jinak nepodívala. K mému projektu

jsem jim prozradila pouze pár základních instrukcí, které by je co nejméně ovlivnily. Uživatelé nevěděli na jakém principu všech sedm částí funguje a že se v podstatě jedná o tangram. Pouze jsem je informovala o tom, že mohou skládat obraz jako celek, nebo pojmout každou část jako samostatný obraz, části obrazu mohou libovolně kombinovat, některou část třeba zcela vynechat, atd. Sdělila jsem jim, že každý jejich přístup je vlastně interakcí, tedy i úplné odmítnutí instalace. Zapůjčení provázela specifická problematika podobná situaci, kdy dostanete darem nějaký obraz, který se nemusí shodovat s vaším vkusem, ale zas nechcete darovatele urazit. Snažila jsem se vybírat takové respondenty, kteří by měli co nejméně ohledů k mé spokojenosti. Proto jsem také ponechala svůj obraz v jejich domově několik dní a poprosila jsem je, zda by svou instalaci mohli sami nafotit, chtěla jsem co nejméně zasahovat do průběhu interakce. V průběhu své návštěvy jsem se snažila vést nenucený rozhovor o koncepci jejich domovů, o věcech, které se v nich vyskytují a proč. Tyto svoje poznatky uvádím v rámci popisu každé instalace. Nechtěla jsem pořizovat žádné nahrávky rozhovorů, ani dávat vyplnit respondentům nějaké dotazníky o bydlení. Většinou se jednalo o moje známé a chtěla jsem návštěvám ponechat co nejpřirozenější průběh. Respondenti mnohdy ani neměli postřehnout, že se také zajímám o koncepci a kvalitu jejich bydlení. Ke každé instalaci mám nejen fotografii realizované instalace mého objektu, ale také dokumentaci věcí/nepotřebností, které se v rámci interiéru vyskytují. Projekt také doplňují fotografie zúčastněných partnerských dvojic, jsou to fotografie, které si sami vybrali jako svojí prezentaci.

1.2.1 Veronika a Milan

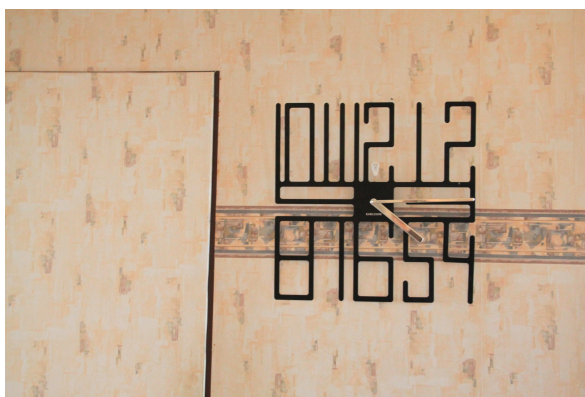
Prvním uživatelem byl mladý manželský pár, Veronika a Milan, bydlící na pražském sídlišti v panelákovém bytě. Milan pracuje jako policista, Veronika jako učitelka výtvarné výchovy v DDM. Byt zdělila Veronika po rodičích, je ale obecní, a tak oba manželé čekají, až ho budou moci odkoupit do osobního vlastnictví, aby ho mohli rekonstruovat. Jak řekla Veronika: „*Přece nebudem investovat do cizího.*“ Na bytu je to znát, byt není nijak moc vybaven, obsahuje pouze základní kusy nábytku potřebné pro každodenní fungování. Na stěnách jsou staré tapety po rodičích, jediný pokoj, který je vymalovaný, je ložnice. Právě kvůli tapetám jim na stěnách nic nevisí, jediným doplňkem jsou nástěnné hodiny v předsíni, které si sami vybrali a koupili. V ložnici, která je vymalována světle zelenou barvou, ale také stěnu nezdobí moc předmětů. Na stěně visí pouze manželský svatební horoskop a v rohu pokoje je jakási polička s různorodými dekoračními předměty. Byt tedy neobsahuje moc „nepotřebností“, ale ani bytových doplňků nebo nábytku. Byt na mě působil neútně a prázdně, jakoby pár dní po stěhování. Milan a Veronika měli můj obraz půjčený na čtyři dny. Přivezla jsem ho zabalený po jednotlivých kusech v balicím papíru, jelikož jsem ho převážela tramvají. Obraz Veronika ihned vybalila a řekla: „*Milane, slož ho.*“ Milan ho na zemi v obýváku složil téměř okamžitě do jednoho tvaru. Instalaci jsem už přítomna nebyla, ale Veronika se snažila spojit všechny části různými prostředky dohromady (původně bylo myšleno instalovat (pověsit) každý kus obrazu zvlášť, ale Veronika nechtěla dělat další díry do zdi). Pro instalaci použila místo už obsazené jejich manželským horoskopem v ložnici. Tento horoskop sundala, položila na postel, pověsila obraz, rychle ho vyfotila a vše zas vrátila na své místo. Rozměry obrazu byly delší než výška od země k hřebíku ve zdi, obraz se tam tedy skoro nevešel a opíral se o zem. Fotografie je pořízena velmi narychlo, manželé kvůli tomu nijak neuklízeli nebo místnost nijak speciálně nepřipravovali. Milan můj projekt ohodnotil tak, že se mu nápad i samotné obrazy líbí. Veronika mi řekla: „*Teda bylo s tím hlavně hodně práce!*“ Obraz ale nijak neponičili a složili mi ho zas zpět na jednotlivé části, které jsem už měla přichystané v chodbě, když jsem si pro něho autem přijela.



Veronika a Milan: Interiér



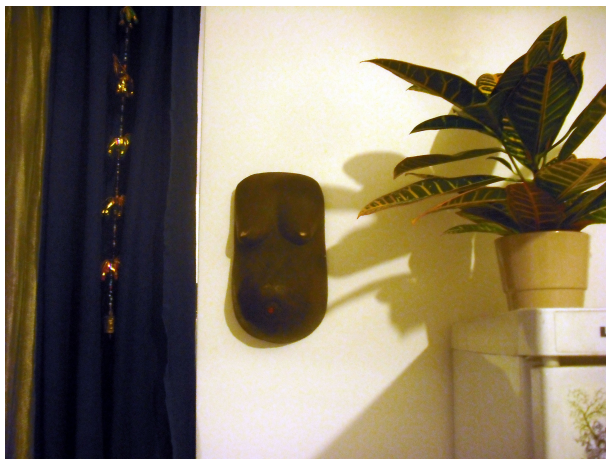
Veronika a Milan



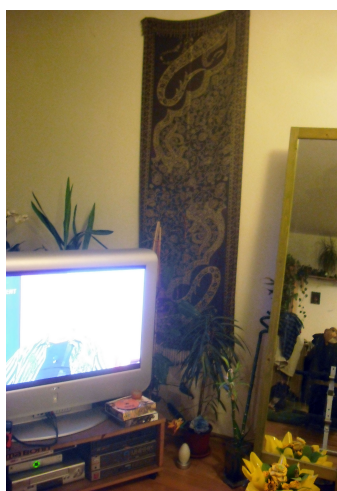
Veronika a Milan: Instalace

1.2.2 Kateřina a Daniel

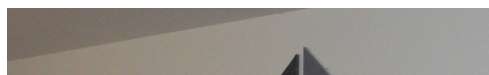
Kateřina je sestra mého přítele a žije s Danielem, který pochází z Izraele. Kateřina pracuje ve stavební firmě, Daniel nemá stálé zaměstnání, většinou se věnuje nějakým krátkodobým kulturním projektům. Oba spolu už asi dva roky bydlí v bytě, který dostal Daniel od svého tatínka, má ho tedy v osobním vlastnictví. Byt je sice jen 1+kk, ale je prostorný a světlý. Interiérové řešení je narozdíl od předchozího panelového bytu Veroniky a Milana moderně pojaté. Kuchyňský kout je oddělen od zbytku bytu pomocí barového pultu, byt je také nově vybaven. Na stěnách je umístěno mnoho poliček s květinami, které jsou takovou vášní Kateřiny, květin má také plný balkon, pěstuje nejen okrasné květiny, ale i různé druhy bylinek. Na stěně visící objekty mají orientální charakter, ať už je to dřevěná plastika, obrázek s rybami nebo dlouhá pashmina. Jakoby se exotický původ Daniela promítal do koncepce bytu, ale ten, kdo je na zeď umístil byla Kateřina, který je tento styl blízký odjakživa. Daniel naopak koupil velikou plochou televizi, která se zdá Kateřině vzhledem k celkovému prostoru v nepoměru. „*Prostě je moc velká, já mu to říkala...*“ Svůj objekt jsem jim nechala k dispozici na týden. Daniel i Kateřina se o něj velmi zajímali, Kateřina se mě také ptala, jak by se mi to nejvíc pro její práci hodilo, aby obraz složili. Nakonec řekli: „*Máme celej víkend, tak my něco vymyslíme.*“ Pro obraz jsme jeli s mým přítelem a po cestě jsem se dozvěděla, že ho ještě neinstalovali a Kateřina ho poprosila, jestli by jí s tím nemohl pomoci, protože Daniel někde hraje karty. Nebyla jsem nadšená, protože jsem u instalace nechtěla být přítomná a moje obavy se splnily. Přítel byl nervózní a unavený a proto nechápal, proč se instalace nechci účastnit a prostě jim poradit. Nakonec jsme se kvůli tomu ještě druhý den hádali a průběh instalace stejně nezůstal úplně bez mého zásahu. Kateřina nakonec zvolila jednu z výchozích kompozic, kterou ale nastylizovala do podoby ryby. Vtipné je také její umístění vedle obrázku (grafiky) s rybami. Mnohem víc než instalace obrazu Kateřinu potom bavilo obraz fotit, protože dostala k narozeninám nový fotoaparát. Kateřina by si klidně obraz do interiéru umístila, ale asi nad postel. Tam ho teď nechtěla instalovat: „*Musela bych odsunout postel a zametat.*“ Obraz v jejich bytě visel pouhé dvě hodiny na místě, které bylo a zůstalo prázdné. Daniel se v podstatě instalace nezúčastnil.



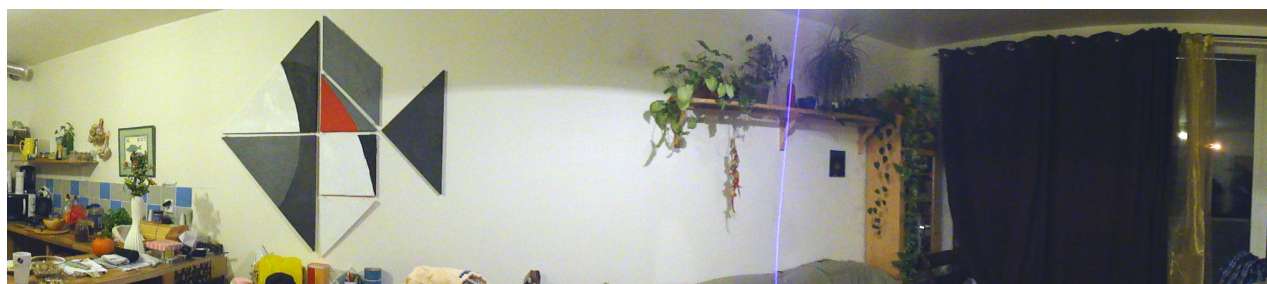
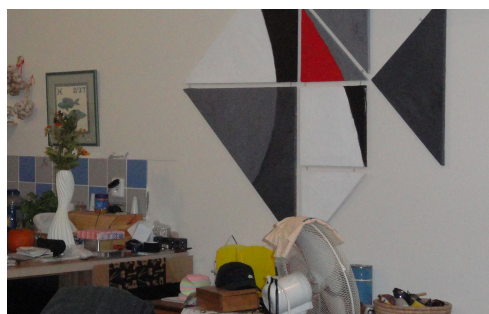
Kateřina a Daniel



Kateřina a Daniel: Interiér



Kateřina a Daniel: Instalace

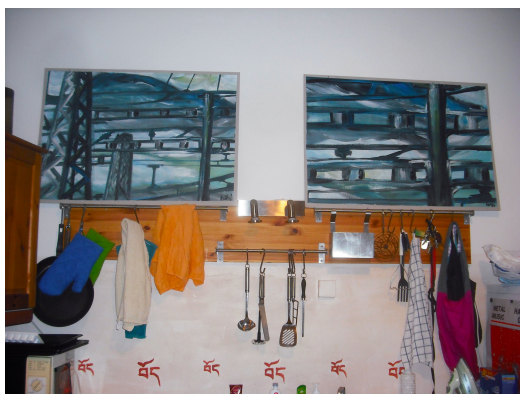


1.2.3 Kristýna a Filip

Kristýna byla moje spolužačka z vysoké školy, pracovala jako učitelka výtvarné výchovy na ZŠ, ale teď je na mateřské dovolené. Známe se ale už z dětství, kdy jsme se setkávali v rámci sjezdů evangelické mládeže. Filip pracuje jako grafik, ale má vystudovanou teologii. Jsou manželé. U obou jsem nejdřív nepředpokládala, že se projektu zúčastní, když se jim před nedávnem narodila dcera, ale pak mi Kristýna napsala: „*Tak Káčo, co je s tím vobrazem?*“ Byt, ve kterém bydlí, je sice pronajatý, jeho hledáním ale strávili mnoho času a počítají s tím, že v něm budou delší dobu bydlet. Byt samozřejmě vybírali s ohledem na očekávanou rodinu, je po rekonstrukci, jednoduše a vkusně zařízený. Kristýna se zabývá volnou tvorbou, oba její rodiče a bratr jsou výtvarníci. V bytě má mnoho svých maleb, ale také objektů od rodičů a bratra, kteří se zabývají víceméně keramikou a sochou. Zajímavé je, že malby má vystavené různě po bytě i bez jejich zavěšení, tedy různě opřené, protože: „*Jsme líný to přitlouct.*“ Filip zase rád nakupuje obrazy od současných českých výtvarníků, oba si často dávají obrazy jako dar. Kristýna o Filipových nákupech říká: „*Filip to má rád, to dohadování za kolik a rozhovor s nima vůbec.*“ Na stěně jim například visí obraz od Martina Krajce, který před nedávnem ukončil studium v ateliéru Michaela Rittsteina. Na instalaci obrazu měli asi pět dní. V rámci vyzvednutí obrazů, jsme k nim s přítelem byli pozváni na večeři. Po našem příjezdu obraz visel už několik dní nad jídelním stolem v kuchyni. Nevyhrazovali mu nové místo, protože věděli, že jim ho zase seberu, visel tedy místo jedné malby od Kristýny. Opět zvolili všechny části jako celek, který spojili šikovně pomocí nastřelovací pistole/sešívačky. Během rozhovoru sami vymýšleli, jak by se daly části jinak spojovat a jak by se dalo interaktivně, například pomocí počítače zkoumat mnoho různých možností složení. Filip říkal: „*Největší nevýhoda je, že člověk nemůže vidět všechny možnosti, jak je obraz oboustrannej.*“ Což byl velmi dobrý postřeh, kterého jsem si dobře vědoma a byl právě jedním z mých záměrů. Obraz jsem jim pomohla rozložit a nakonec na přání ukázala výchozí čtvercovou kompozici obrazu.



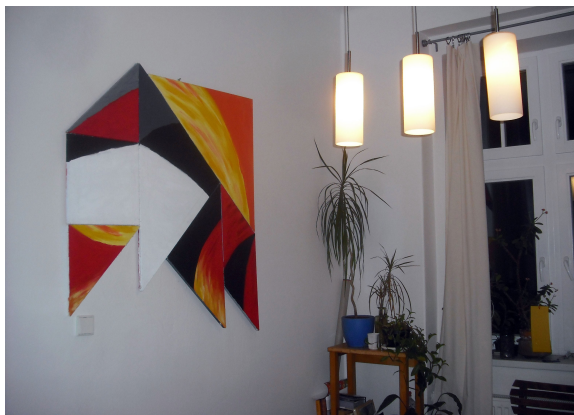
Kristýna, Filip a Žofie



Kritýna a Filip: Interiér



Kristýna a Filip: Instalace



1.3 Závěrečná reflexe výtvarné části

Jak už jsem zmínila, člověk má vždy na začátku své výtvarné tvorby určité záměry, které se v jejím průběhu mohou různě pozměňovat. Myslím tím nejen samotnou formu a námět obrazu, ale také její významy. Tento výtvarný projekt byl pro mou diplomovou práci velmi přínosný, mohla jsem pozorovat vzájemnou souvstažnost části výtvarné a části praktické. Obě části se v závislosti na sobě postupně rozvíjeli do výsledné podoby mé práce. Kdybych už ji nemusela odevzdat, dokázala bych si představit, jak objevuji další možnosti instalace mého objektu a další specifické přístupy k ní prostřednictvím dalších lidí. Také bych ráda dále objevovala různé přístupy k bydlení, odhalovala to kouzlo cizích domovů, které mě lákalo od malička. Díky mému projektu jsem začala přemýšlet více i o vlastním domově a přístupu k němu. Proč a jaké věci se v něm nacházejí, jak bych se asi postavila k tak netradičnímu úkolu, kdy do vašeho osobního prostoru vstoupí cizí osoba a požaduje po vás, abyste si domů umístili její obraz a ještě do toho vložili nepředpokládané úsilí a kreativitu. Tímto bych chtěla všem lidem, kteří mi realizaci mého projektu umožnili, poděkovat. Bez jejich spolupráce by moje diplomová práce nemohla vzniknout a doufám, že si z mého projektu také odnesli nějaké užitečné poznatky a vzpomínky.

DIDAKTICKÁ ČÁST

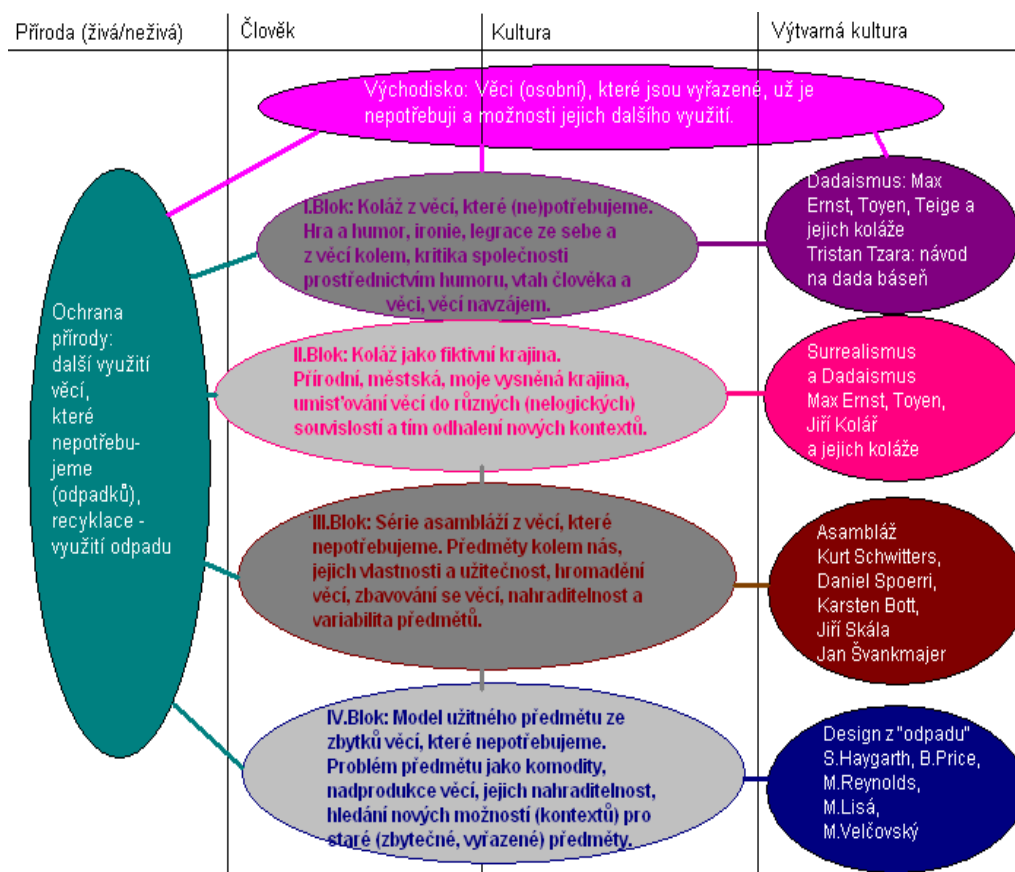
1. Úvod k didaktické části

Moje didaktická řada je vytvořená speciálně pro praxi na Základní umělecké škole, proto je každý blok mojí výtvarné řady složen ze tří vyučovacích hodin, rovná se tedy obvyklé-mu rozsahu výuky výtvarné výchovy na ZUŠ. Materiálem pro tuto výtvarnou řadu se staly mé osobní věci, které jsem získávala postupem času různým způsobem. Hromadily se mi doma v šuplíkách, na poličkách a v krabicích a ztrácely svou funkčnost a smysl. Protože se při jednom z větších úklidů mého pokoje, kdy jsem je znovu objevovala, jevily jako nepotřebné, vyřadila jsem je do igelitového pytle a chtěla vyhodit. V této chvíli by se z nich staly odpadky, rozhodla jsem se ale pro jejich další využití v rámci mé praxe. Byly to zejména: různé plastové láhve a kelímky, zbytky látek a bavlnek, několik plyšových (látkových) hraček, ponožky, kterým schází druhá do páru, pingpongové a skákací míčky (tzv. „hopíky“), korky, cd nosiče, odstřižky barevných papírů, ruličky od papírových utěrek a toaletních papírů, prázdné papírové krabičky, spousty starých novin a časopisů. Tyto věci se tedy staly východiskem pro moji výtvarnou řadu, kterou jsem měla možnost realizovat na ZUŠ Ilji Hurníka pod vedením MgA. Matouše Řeřichy. Pro představu hlavní struktury řady, odkud kam se moje řada myšlenkově vyvíjí, jsem vytvořila myšlenkovou mapu.

V prvním a druhém vyučovacím bloku se zabývám koláží, pro kterou je mi inspirací koláž dadaistická a surrealistická. Tématem koláže bylo nacházení věcí, které lidé pro svůj život buď potřebují, nebo nepotřebují a tvoření koláže z těchto částí našeho hmotného světa. Zde se dostávám do oblasti věcí, kterými se obklopujeme v denním životě a které nějakým způsobem reflektují naši kulturu i naši osobnost. Tímto prvním úkolem (ale nakonec celou didaktickou řadou) jsem chtěla upozornit na zastupitelnost předmětu, vztah dnešního člověka k předmětu jako ke komoditě, jeho větší důraz na znak této komodity (modernost, design), než na předmět jako takový. Druhý blok je určen starším dětem, proto se zadání rozšířilo o hledání vztahu mezi těmito předměty, které (ne)potřebujeme a vytvoření imaginativní krajiny. Východiskem byl proto surrealismus, který umisťuje předměty do nelogických souvislostí. Zde jde spíše o nazírání na věci, vnímání věcí a odhalování jejich jiné stránky pomocí nečekaných kontextů.

Ve třetím bloku děti zase odhalují různé vlastnosti a materiály předmětů, přemýšlejí nad těmito nepotřebnými věcmi-odpadky, jak je znovu využít, jak je použít

k výtvarnému umění a hře. Zde bych ráda připomněla citát Rolanda Barthes, který se velmi trefně vyjadřuje ke vztahu člověka (zde dítěte) a věci (zde hračky) v dnešním světě a který jsem již citovala v teoretické části mé práce. Děti právě použily opačné předměty ke hře, než jsou hotové hračky, které předurčují způsob potencionálního použití ve hře. Zde měli opravdu volný prostor pro svou kreativitu a imaginaci, „hračkami“ jim byly věci vyskytující se běžně okolo nás, dokonce věci už vyřazené, věci-odpadky. Posledním blokem výtvarné řady se dotýkám světa designu, zvláště pak současnému designu, který pracuje s myšlenkou znovu-použití odpadků a nepotřebných předmětů velmi často.



Myšlenková mapa k didaktické řadě

1.1 Blok I. Koláž z věcí, které (ne)potřebujeme

Věk žáků: První a druhý ročník ZUŠ (6-9 let), blok tří vyučovacích hodin

Námět: Věci, které (ne)potřebujeme

Koncept: Dada koláž z obrázků běžných předmětů, které (ne)potřebujeme

Motivace: Psaní dadaistické básně, tvorba dadaistických koláží. Pomocí obrazových materiálů volně zacházet s fantazií a zaměřit se na nesmysl, na jiné než logické preference při výběru a kombinaci předmětů (barvu, tvar, humor).

Zadání: Inspirujte se ukázkami dadaistických koláží a vyhledejte v časopisech, novinách různé předměty, které jsou součástí vašeho každodenního života. Z těchto vystříhaných komponentů vytvořte koláž. Pracujte s celou plochou papíru, rozdělte prostor na přední a zadní plán.

Výtvarný problém: Vytvořit vtipnou a hravou koláž, kompozičně zaplnit plochu.

Technika: Koláž, dokreslovaná koláž na formát A3.

Východiska výtvarné kultury: Dadaismus (Max Ernst, Karel Teige, Jindřich Štyrský, Toyen a jejich koláže)

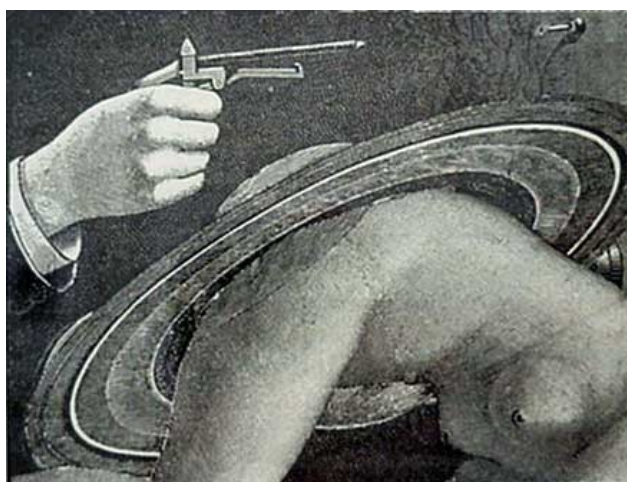
Přidaná hodnota: Uvolnění mysli, přirozený tok myšlenek a asociací, hra, rozvoj fantazie a pobavení se.

1.1.1 Popis a reflexe hodiny

V této hodině jsem vycházela zejména z hmotné kultury, soustředila se na věci a lidi, které potřebujeme a nepotřebujeme ke svému životu. Jako umělecký inspirační směr pro své žáky jsem si vybrala dadaismus a jeho pracování s vtipem, nesmyslem a ironií. Stejně tak zvolenou technikou koláže jsem odkazovala k dadaismu. Úkolem dětí bylo vytvořit vtipnou koláž z tiskovin, časopisů a novin, ze kterých měly náhodně vybírat věci nebo lidi a sestavovat z jejich částí vtipné a nelogické postavy či tvary. Dávat do souvislostí věci či lidi, které k sobě nepatří, nemají k sobě žádný vtaž. Prostě vytvořit koláž podobným způsobem, jakým je návod Tristana Tzary na dadaistickou báseň. Tento blok byl určen dětem mladšího školního věku, proto mi šlo především o princip hry, ale i kritiky prostřednictvím humoru, které jsou děti tohoto věku nejen schopné, ale jsou v ní možná i méně vybíravé, než děti dospělejší a samozřejmě samotní dospělí. Právě tento princip hry, náhody a nesmyslu mohly děti nalézt v dadaismu, ale nejen vtip a legraci, ale i ironii, která hmotný svět kolem nás

zlehčuje, staví (doslova) nahlavu. Děti používaly pro své koláže obrázky z novin, časopisů i časopisů určených masovému publiku (Story, Elle), často jejich koláže parodovaly právě strukturu těchto populárních časopisů. V kolážích se objevovaly předměty, které jsou znakem prestiže dnešní společnosti, děti také utvářely odkazy na stereotypní zobrazení muže a ženy v médiích (jak vypadají fyziologicky, jak jsou oblečeni, jaké mají doplňky a jakými předměty se obklopují). V tomto směru mi velmi připomněli i koláže Richarda Hamiltona, kterého zmiňuji ve své teoretické části.

Děti přistupovaly kladně jak k zadání úkolu, tak k jeho samotné tvorbě. Ocenily i reprodukce
koláží, ve Východiska: Dadaistická koláž, Max Ernst dadaistických výsledných pracích dětí jsem opravdu pozorovala, že se jimi do jisté míry nechaly inspirovat. Nejvíce je bavilo vystříhovat jednotlivé části své koláže z časopisů a sestavenými nesmyslnými tvary se chlubit ostatním. Zvláště u dívek jsem vypožadovala větší zájem o časopisy pro ženy (typu Story) a snahu tyto časopisy ve své koláži parodovat. Díky tomu úkol sklouzával k pouhému vtipu nebo parodii na určité věci/časopisy, což odvádělo od základní myšlenky hledání věcí, které (ne)potřebujeme. S odstupem od tohoto odučeného bloku bych prvotní motivaci i motivování v průběhu výuky obohatila o otázky, které budou více podněcovat celkovou myšlenku úkolu, např.: Jak spolu souvisí věci, které potřebujeme/nepotřebujeme? Liší se nějak věci, které potřebuji: já, ty, ženy, muži, ženy a muži v časopisech? Které věci potřebujeme, protože jsou užitečné a které, protože jsou „krásné“? Co vyjadřují dadaistické koláže o našem vztahu k věcem? Děti by se pak dostaly více pod povrch problému, což se mi bohužel ve většině případů nepovedlo. Druhým výtvarným úkolem bylo vyřešit kompozičně a prostorově zadaný formát, což se nakonec jevilo jako asi největší problém každého dítěte. Soustředily se více na obsah, než na výslednou formu. Často umísťovaly vytvořené postavy a tvary ke krajům formátu, bez rozmyslu o kompozici, či pozadí a prostoru. Kdybych je měla jako své žáky, nejdříve bych se věnovala těmto výtvarným problémům, než bych přistoupila k vlastnímu úkolu tvorby koláže. Vlastní úkol však většina dětí plnila. dobře, jelikož hra jako činnost je jim vlastní a k mé spokojenosti vznikaly moc krásné, příšerné obludy z částí nepotřebných věcí a lidí



Koláže dětí 2.ročník ZUŠ

1.2 Blok II. Imaginativní krajina věcí

Věk žáků: Sedmý ročník ZUŠ (13-16 let), blok tří vyučovacích hodin

Námět: Věci, které (ne)potřebujeme

Koncept: Koláž imaginativní krajiny z obrázků věcí, které jsou součástí našeho běžného života.

Motivace: Inspirovat se reprodukcemi surrealistických koláží a vlastním pracovním materiálem a představit si nějakou imaginativní krajinu. Části krajiny a předměty v krajině umisťovat do nelogických a absurdních vztahů.

Zadání: Vytvořte koláž z různých předmětů a jejich částí, které budete spojovat do nesmyslných vztahů. Výsledkem by měla být absurdní krajina.

Výtvarný problém: Vytvořit imaginární svět a prostor na daný formát

Technika: Koláž, dokreslovaná koláž na formát A6

Východiska výtvarné kultury: Dadaismus a Surrealismus

Přidaná hodnota: Podpora imaginace a fantazie, uvědomění si obvyklých míst výskytu určitých věcí právě umístěním do jiného kontextu

1.2.1 Popis a reflexe hodiny

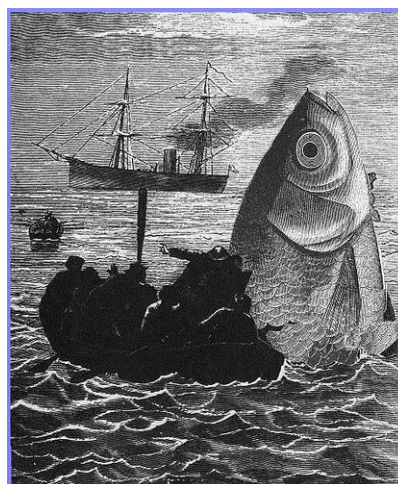
V této hodině jsem navazovala na hodinu předchozí, jen jsem tuto hodinu pro starší žáky trochu pozměnila. Znovu jsem vycházela z hmotné kultury a jako materiál ke kolážím jim poskytla tytéž časopisy a noviny. Žáci opět hledali věci, předměty a osoby, které jsou součástí jejich běžného života. Tyto věci ovšem museli vybírat vzhledem k zadanému formátu A6. Také se museli více zabývat koncepcí prostoru. Ten měli prostřednictvím vystříhaných částí fotek nebo kresebně koncipovat. Hlavní podmínkou bylo, aby jednotlivé objekty své koláže pospojovaly záměrně nelogicky, surrealisticky. Vznikal tak nový a netušený imaginativní svět (ne)potřebných věcí, lidí a postav. Umělecký směr sloužící jako inspirace žákům zde byl opět dadaismus se svou fantastickou a nonsensovou koláží, také však surrealismus se svou snovou realitou. Díky zvolenému formátu A6 měly žáci dostatek času vytvořit více než jednu koláž. V této hodině pracovali žáci nejsamostatněji ze všech mých odučených bloků. Na začátku hodiny jsme diskutovali nad reprodukcemi dadaistických a surrealistických koláží, hledali jsme rozdíly mezi koláží dadaistickou a surrealistickou. Zabývali jsme se volbou a spojením věcí v těchto kolážích a také jsme

se zaměřovali na koncepci prostoru, přední a zadní plán. V průběhu jejich práce jsem zjišťovala důvod výběru částí jejich koláže. Zda výběr těchto částí (věcí, lidí, přírody) souvisí s jejich představou ideální, imaginativní krajiny, nebo se více zaměřují na vztah mezi předměty, nebo jestli postupují spíše instinktivně.

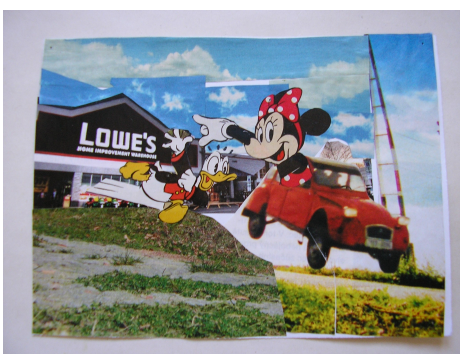
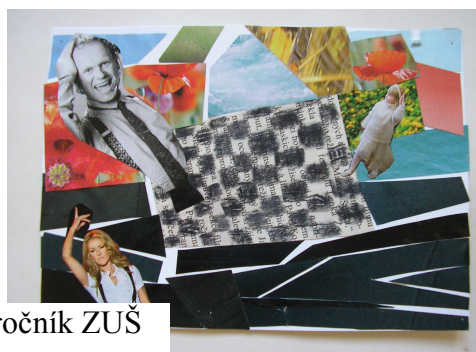
Jelikož v této hodině jsem pracovala s žáky staršími, vznikaly velmi různorodé věci. Z mého, celkem širokého a neomezeného, zadání (zadání jsem formulovala v kontextu otevřeného pojetí obsahu (Slavík, 2004) viz strana 136, II díl Umění a zážitku, zážitek umění) si mohl ještě pod inspirací dadaismu a surrealismu každý najít něco svého. Vznikaly tak velmi zajímavé koláže připomínající například film *Stalker* od režiséra Andreje Tarkovského, nebo pop artové barevné umění, či snové surrealistické krajiny, atd. V díle každého se projevila jeho osobnost, smysl pro humor a také věci a lidi, které považuje za potřebné, nebo nepotřebné v jeho každodenním životě. I přesto, že celý blok probíhal velmi dobře, bych příště věnovala více prostoru vztahu mezi žáky a jejich dílem, vztahu mezi předměty vyskytujícími se v jejich koláži a následné hromadné reflexi. Na konec hodiny bych například nechala žáky volně asociovat nad jednotlivými pracemi a porovnávat s východisky (dadaistické a surrealistické koláže).



Východiska: Jiří Kolář, Max Ernst



Koláže dětí 7.ročník ZUŠ



1.3 Blok III. Hravé asambláže

Věk žáků: Třetí a čtvrtý ročník ZUŠ (10 – 12 let), blok tří vyučovacích hodin

Námět: Věci, které (ne)potřebujeme

Koncept: Plošné asambláže z věcí, které jsou součástí našeho běžného života, ale už jsme je přestali potřebovat.

Motivace: Seznámit se s konkrétními předměty pomocí jejich třídění do skupin podle jejich vlastností (barvy, materiálu, velikosti, atd.)

Zadání: Vytvořit sérii plošných asambláží na předem určené témata. Propojit je jedním předmětem, který se bude opakovat v každé z nich.

Výtvarný problém: Upotřebit nepotřebné věci prostřednictvím volného umění, objektu a asambláže.

Technika: Objekt, asambláž, socha

Východiska výtvarné kultury: Výtvarná tvorba Františka Skály, Jana Švankmajera, Kurta Schwitterse, Daniela Spoerriho a Karsten Botta.

Přidaná hodnota: Nacházet výtvarné využití různých obyčejných předmětů. Přemýšlet nad důvodem hromadění předmětů, které v podstatě nepotřebujeme, a nacházet pro ně nějaké další, nejen výtvarné, uplatnění.

1.3.1 Popis a reflexe hodiny

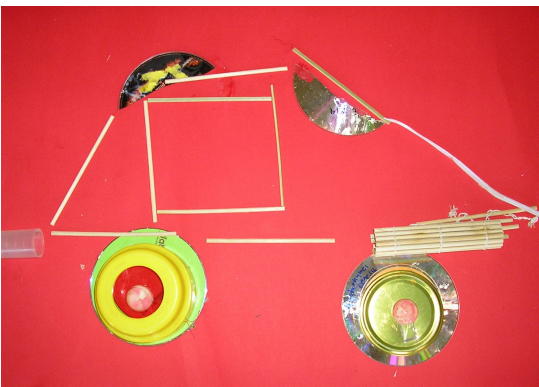
Na začátku hodiny jsem doprostřed třídy dala dětem k dispozici spoustu věcí, které jsem našla doma a už je nepotřebuji. („Přinesla jsem vám věci, které jsem našla, když jsem uklízela, jsou pro mě nepotřebné a chtěla bych je vyhodit.“) Děti se nejdříve seznámily s určitými vlastnostmi těchto věcí, třídily je podle různých vlastností (barva, materiál, velikost) do skupin. Měla jsem vymyšlené, že s nimi budu dělat „rychlo asambláže“. Děti byly však natolik zaujaty těmito věcmi, že si samy vymyslely výtvarný úkol. Rozhodly se vytvořit město „Nepotřebných věcí“. Vytvořené město však muselo podlehnout zkáze, dětem se podařilo zachránit pouze část původních obyvatel či staveb. Z trosk města pak vytvářely plošné asambláže na zadaná témata: postava, zvíře a automobil. Tyto asambláže jsou propojené jedním předmětem, který si děti samy vybraly a vždy ho potřebovaly do svého výtvoru. Jelikož asambláže, ani město nebyly trvalého rázu, celou tvorbu jsem dokumentovala fotoaparátem. Jako inspirační zdroj pro děti a propojení s historií výtvarného umění

jsem děti samozřejmě seznámila s technikou asambláže a také tvorbou Františka Skály, Kurta Schwitterse a Daniela Spoerriho.

Děti zadaný úkol velmi bavil, práce se jim dařila nad moje očekávání. Nejlepší okamžik hodiny byl, když převzaly iniciativu do vlastních rukou a samy určovaly průběh hodiny (rozhodly se stavět město). Dětem jsem nechala v této myšlence volnost (co se týče volby materiálů, vzhledu a koncepce města), jen jsem se jich ptala na různé otázky, např.: Proč je ve městě továrna? Jak velké město je? Které předměty je nejlepší použít na které stavby? Děti velmi nápaditě využily materiál, který měly k dispozici a na každou mou otázku dokázaly rychle reagovat. Ve městě kromě typických staveb (radnice, továrna, obytné domy) postavily i hřbitov s jedním pohřbeným. Pro město vytvořily vlastního superhrdinu (neboli upraveného krokodýla po vzoru komixu Superman), kterého umístily na vrcholek hory, aby měl vše pod dohledem. Ve městě se vyskytovali i jiní obyvatelé, kteří se většinou procházeli po ulicích kromě dvou obyvatel, kteří ulehli do postele-krabíčky od sýra. Jelikož jsem předměty potřebovala pro další úkol a také protože jsem chtěla děti upozornit na stálý koloběh výměny věcí-komodit, jsem zadala další úkol–destrukci města. Děti zprvu nesouhlasily, nakonec je samotný proces destrukce docela zaujal, objevilo se ale mezi nimi pár záchranářů, ti zachránily starostku města, která dosahovala gigantických rozměrů, byla velká jako budovy ve městě. Díky volbě budov i koncepce města jsem mohla pozorovat, které budovy a osoby považují děti za důležité pro úspěšný chod města. V jiných prvcích města jsem zas mohla sledovat vliv popkultury(masové kultury) na dětské vnímání (plakáty ve městě) a nakonec městu nechyběl vtip (třeba prostřednictvím muže v rakvi, nebo hračkářství v podobě králíka). V rychlých pohyblivých asamblážích děti trochu moc kopírovaly zažitý tvar a vzhled věcí (stereotypní představě pojmů člověk, zvíře, auto) a uzpůsobovaly mu výběr předmětů, než aby naopak nápaditě využily tvar a vlastnosti předmětů pro jejich seskládání. Bylo to způsobeno tím, že jsem zvolila velmi obecná témata jako zadání pro jejich asambláže: postava, automobil, zvíře. Příště bych zadání více specifikovala, například konkrétním typem člověka, zvířete nebo automobilu.



Východiska: Karsten Bott, František Skála



Asambláže 3. a 4. ročník ZUŠ

1.4 Blok IV. Design z odpadků

Věk žáků: Druhý ročník druhého stupně ZUŠ (15 – 19 let), blok tří vyučovacích hodin

Námět: Věci, které (ne)potřebujeme

Koncept: Vytvořit model užitého předmětu z věcí a jejich částí, které najdeme ve svém privátním prostoru, ale už je nepotřebujeme.

Motivace: Projekce fotek českých a světových designérů, vysvětlení pojmu design a užité umění. Zaměření na recyklovaný design.

Zadání: Navrhněte jakýkoliv předmět užitého umění a vytvořte jeho maketu pomocí odpadků, částí nepotřebných předmětů (zvažte také materiál pro jeho realizaci). Snažte se o propojení funkčnosti se vzhledem předmětu.

Výtvarný problém: Vytvořit prostorový návrh (maketu) předmětů užitého umění.

Technika: Objekt

Východiska výtvarné kultury: Tvorba českých a světových designerů: Maxim Velčovský, Stuart Haygarth, Markéta Lisá, Beverley Price, Michael Reynolds.

Přidaná hodnota: Problém produkce odpadků lidskou populací a možnost jejich dalšího využití.

1.4.1 Popis a reflexe hodiny

Trosky města „Nepotřebných věcí“ jsem využila při další hodině se staršími žáky. Zadání bylo vytvořit z těchto nepotřebných zbytků prostorový návrh nějakého užitého předmětu (nábytku, vázy, šperku, oblečení, auta, architektury, atd.). Nejdříve jsme si dohromady ujasnili charakteristiku užitého umění a jeho historii. Studenty jsem seznámila s počátkem užitého umění (hnutí Arts and Crafts a Secesí). Dále jsme si vytrídili různé obory užitého umění (architekturu, bytový design, oděvní návrhářství, grafický design, aj.) a připomněli jsme si nejvýznamější české tvůrce užitého umění s odkazem na právě probíhající Design blok. Během toho se studenti snažili vytvořit maketu nějakého užitého předmětu, který skládali z nepotřebných věcí, které jsem jim poskytla. S těmito věcmi mohli libovolně nakládat – stříhat, barvit, řezat, tvarovat. Snažila jsem je upozornit na propojení funkčnosti a vzhledu předmětu, které jsou pro užité umění velmi důležité.

U studentů bylo vidět, že je pro ně zadaný problém novinkou, které se ještě nikdy nevěnovali. Často užitým předmětům scházela funkčnost. Zadání bylo také těžké v tom, že měli k dispozici jen omezený okruh věcí (odpadků). Pro příště bych musela úkolu věnovat větší množství času, aby si studenti nejdříve mohli vytvořit návrhu na užitný předmět a pak s nimi uvažovat nad funkcí a vzhledem předmětu. Také by bylo dobré mít mnohem větší množství obrazových ukázek designových děl, které se specializují přímo na design z odpadu. S žáky by se muselo více hovořit o různých technikách používaných v designové výrobě, například skládání celku z menších totožných částí, nebo pozměnění původního tvaru celku na jiný (řezáním, vlivem tepla, atd), atd. Přesto zde vnikaly zajímavé experimentální pohovky, křesla, či odpadkový koš. Důležité je podotknout, že poslední dva tématické bloky se také zabývaly problémem opětovného využití věcí, které již nepotřebujeme a vyřazujeme ze svého domova. Tyto věci se v podstatě stávají odpadky, mohou skončit na skládce odpadu, nebo se mohou nějakým způsobem znovu recyklovat. Tímto způsobem může být nejen jejich recyklace běžným způsobem, ale také jejich použití v designu nebo ve volném umění. Problém recyklace je v současné společnosti a době velmi aktuální, většina dnešní populace již začíná myslet ekologicky a přinejmenším třídí odpad, proto byly mé úkoly velmi blízké i těmto studentům.



Východiska: Maxim Velčovský,
Stuart Haygarth



Designové návrhy 2.ročník 2.stupně ZUŠ

2. Závěr didaktické části

Výuka na ZUŠ má tu výhodu, že žáky hodiny výtvarné výchovy baví, jsou jejich koníčkem. Studenti jsou také citlivější k zadaným úkolům, mají výtvarný talent a vůbec se s nimi velmi dobře pracuje. Také je nespornou výhodou, že má člověk možnost pracovat s celou věkovou škálou žáků, od prvního stupně ZŠ po poslední roční střední školy. Díky tomu jsem mohla sledovat různé reakce na stejný okruh mnou přinesených věcí a na různý přístup k práci (viz výše). Nakonec se výborně pracuje, když má pedagog i žáci dostatek času na samotnou tvorbu, nemusí jeden úkol dělit do více samostatných hodin, dnů, děti tak neztrácí koncentraci a nemusí se dostávat zpět do tématu hodiny.

Mohla jsem si dovolit úkoly, které by se mi ani do hodin klasické výuky na ZŠ rozsahem nevešly, ani by se bez předchozí přípravy žáků nemohly realizovat. Velkým problémem na ZŠ by také byl omezený výběr a množství materiálů (nepotřebných věcí), které děti používaly pro výtvarné úkoly. Například při posledním úkolu, kdy z prvotních materiálů zbyly opravdu už taková torza, to byl oříšek i pro starší žáky na ZUŠ (16-19 let). Tento materiál by se dal při výuce nejen na ZŠ ale shánět jiným způsobem tak, aby ho bylo dostatečné množství. Mohl by si ho například každý přinést z domova (uklidit si pokojíček, být s pomocí rodičů a vytřídit věci, které nepotřebuje). Tím by pak vznikaly zajímavé série nepotřebných věcí různých lidí, které by se daly vzájemně porovnávat, fotografovat a hádat podle nich identitu, atd (výtvarná řada by se tak dala rozšířit o další vyučovací hodiny/bloky).

Nakonec mi přišla zajímavá recyklace probíhající v rámci celé výtvarné řady od začátku až do konce. Z prvotních materiálů postupně ubývaly různé části, nebo se měnila jejich podoba, nakonec nezbylo z mých nepotřebných věcí skoro nic. Studenti z druhého, třetího a čtvrtého bloku také používali materiál s nejen užitnou, ale i výtvarnou historií. Používali je totiž vždy studenti z předchozích bloků ke svým výtvarným pracím, nezpracované předměty i jejich části ponechaly pro práci v dalším bloku a tak dál. Konečná fáze byly modely užitého předmětu z posledního bloku, po kterém už nezbylo z původních nepotřebných věcí téměř nic.

Závěr

Trošku jsem se bála, aby mi moje práce nevzala ten můj zvláštní pocit, tu představu o různosti rozsvícených domovů kolem nás. Někdy to tak vypadalo, zejména když jsem se věnovala současné konzumní kultuře, reklamě, módním trendům, ve kterých my lidé hrajeme roli masových příjemců, kdy je důležitá většina domovů a jejich pluralita nám jakoby uniká mezi prsty. Ve svojí práci jsem si položila spoustu otázek a téměř na žádnou z nich nedokázala najít jednoznačnou odpověď. Jak je těžké o něčem prohlásit „A tak to je. Tak vypadají dnešní domácnosti.“ To mě vrací znovu na začátek, do mého dětství a doprostřed toho zvláštního pocitu. Zpět do svého dětství jsem se dostala i skrze svou didaktickou část, prostřednictvím dětí a jejich chuti ke hře, chuti k objevování tajemného, k objevování tajemného i ve známých věcech kolem nás. Do konkrétních domovů jsem zase získala přístup skrze svůj objekt, lidé mi otevřeli dveře a umožnili hlubší odkrytí jejich intimního prostoru než je normální při běžné návštěvě. Prostřednictvím všech tří částí své diplomové práce jsem mohla s radostí objevit, že přes obrovský tlak dnešní společnosti na jednotlivce si každý člověk, a tedy i každý domov, uchovává svou různost, i kdyby to mělo být v nepatrném detailu. Ale něco nás přesto spojuje, je to ten zvláštní pocit, je to vědomí, že v každé domácnosti se může skrývat kousek nás samých, naší identity, skrze kterou můžeme těm domovům okolo porozumět. Porozumět domovům, věcem i lidem.

Použitá literatura

- Barthes, Roland: *Mytologie*. Dokořán, Praha 2004, 1.vydání. ISBN 80-865969-73-X
- Baudrillard, Jean: *Dokonalý zločin*. Periplum, Olomouc 2001, 1.vydání. ISBN 80-902836-7-5
- Cílek, Václav: *Krajiny vnitřní a vnější*. Dokořán, Praha 2002. ISBN 80-86569-29-2
- Čapek, Karel: *Obyčejný život*. Československý spisovatel, Praha 1985, 19.vydání. ISBN 22-034-85
- Čapek, Karel: *Věci kolem nás*. Československý spisovatel, Praha 1970, 2.vydání.
- Dudeney, Henry Ernest: *Matematické hlavolamy a hříčky*. Olympia a.s., Praha 1995, 1.vydání. ISBN 80-7033-380-4
- Fairs, Marcus: *Design 21.století (Nové ikony designu, od masového umění k avantgardě)*. Slovart, Praha 2007. ISBN 978-80-7209-970-2
- Gladwell, Malcom: *Bod zlomu (O malých příčinách s velkými následky)*. Dokořán, Praha 2006. ISBN 978-80-7363-199-4
- Freud, Sigmund: *O člověku a kultuře*. Odeon. Praha 1990, 1.vydání. ISBN 80-207-0109-5
- Fromm, Erich: *Mít, nebo být?* Aurora Praha 2001, 1.vydání. ISBN 80-7299-036-5
- Fulka, Josef: *Psychoanalýza a francouzské myšlení*. Herrmann&synové, Praha 2008, 1.vydání. ISBN 978-80-87054-11-6
- Fulková, Marie: *Diskurz umění a vzdělávání*. H&H Vyšehradská s.r.o., Praha 2008, 1.vydání. ISBN 978-80-7319-076-7
- Keller, Jan: *Abeceda prosperity*. Doplněk, Brno 1997, 1.vydání. ISBN 80-85765-98-5
- Keller, Jan: *Až na dno blahobytu*. Hnutí DUHA, Brno 1993, 1.vydání.
- Kulka, Jiří: *Psychologie umění*. Vydalo Státní pedagogické nakladatelství, n.p., Praha 1991, 1.Vydání. ISBN 80-04-23694-4
- Kulka, Tomáš: *Umění a kýč*. Torst, Praha 1994. ISBN 80-85639-17-3.
- Lipovetsky, Gilles: *Éra prázdnoty (Úvahy o současném individualismu)*. Prostor, Praha 2008, 4.vydání. ISBN 978-80-7260-190-5

- Lipovetsky, Gilles: *Říše pomíjivosti (Móda a její úděl v moderních společnostech)*. Prostor, Praha 2002, 1.vydání. ISBN 80-7260-063-X
- Loos, Adolf: *Řeči do prázdna (Soubor statí o architektuře, bydlení, ústroji a jiných praktických věcech, uspořádal Bohumil Marhalous)*. Tichá Byzanc, Kutná Hora 2001, 2.vydání. ISBN 80-86359-06-9
- Slavík, Jan: *Umění zážitku, zážitek umění (Teorie a praxe artefietiky)*, 2.díl. Pedagogická fakulta UK, Praha 2001, 1.vydání. ISBN 80-7290-130-3
- Lucie-Smith, Edward: *Art today (současné světové umění)*. Slovart, Praha 1996. ISBN 80-85871-97-1
- Robbinson, Tom: *Hubené nohy a všechno ostatní*. Argo, Praha 2007. ISBN 978-80-7203-871-8
- Šamšula, P., Hazuková, H.: *Didaktika výtvarné výchovy*. Pedagogická fakulta UK, Praha 2005. ISBN 80-7290-237-7
- Šindelář, Dušan: *Chvála věcí, Úvahy o smyslu věcí v našem životě*. Klub mladých čtenářů, Albatros, Praha 1980. 1.vydání. ISBN 13-475-KMČ-80 14/65
- Umění po roce 1900 (modernismus, antimodernismus, postmodernismus)*: Foster, H., Krauss, R., Bois, Y.A., Buchloh, H.D.B. Slovart, Praha 2007, ISBN 978-80-7209-952-8
- Vágnerová, Marie: *Základy psychologie*, Karolinum, Praha 2004. ISBN 80-246-0841-3
- Zuska, Vlastimil: *Estetika – úvod do současnosti tradiční disciplíny*. Triton, Praha 2001, 1.vydání. ISBN 80-7254-194-3.

Články

Fulková, Marie: *Když se řekne...identita v postmoderním kontextu*. Výtvarná výchova, ročník 2006, č.2.

Internetové zdroje

http://www.galeriejeleni.cz/index.php?option=com_content&task=view&id=104&Itemid=102

<http://artlist.cz/?id=2410>

http://www.artservis.info/index.php?Itemid=9&id=35&option=com_content&task=view

<http://www.photorevue.com/phprs/view.php?cisloclanku=2003111102>

<http://artlist.cz/?id=188>

<https://adwords.google.com/support/aw/bin/answer.py?hl=cs&answer=66534>

<http://www.filipkudrnac.com/>

http://www.artmuseum.cz/smery_list.php?smer_id=90

<http://www.domaciumeni.cz/index.php>

<http://www.ikea.com/cz/>

http://cs.wikipedia.org/wiki/Hlavn%C3%AD_strana